

Vysoká škola báňská – Technická universita Ostrava
Ekonomická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra marketingu a obchodu

Možnosti zvýšení spokojenosti se službami sběrného dvoru
The Options of Increasing Satisfaction with Waste Disposal

Student: Monika Kostlánová
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Ostrožná, Ph.D.

Ostrava 2009

Zadání bakalářské práce

Student: **Monika Kostlánová**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R062 Marketing a obchod
Téma: Možnosti zvýšení spokojenosti se službami sběrného dvoru
The Options of Increasing Satisfaction with Waste Disposal

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska marketingových nástrojů ve službách
3. Charakteristika společnosti .A.S.A., s.r.o.
4. Metodika sběru dat
5. Analýza současné situace
6. Doporučení ke zvýšení spokojenosti se službami sběrného dvoru
7. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0

KOZEL, R. Moderní marketingový výzkum. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X

VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing služeb – efektivně a moderně, 1. vydání, Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Ostrožná, Ph.D.**

Datum zadání: 21.11.2008

Datum odevzdání: 07.05.2009




doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci včetně příloh vypracovala samostatně, pouze přílohy č. 4 a 5 jsem získala od společnosti .A.S.A. TS Prostějov.

V Mostkovicích dne 7. 5. 2009

Monika Kostlánová

Obsah

1	Úvod	5
2	Teoretická východiska marketingových nástrojů ve službách	7
2.1	Charakteristika služeb.....	7
2.1.1	Vlastnosti služeb.....	8
2.1.2	Marketingový mix služeb	9
2.2	Spokojenost zákazníků	13
2.2.1	Význam spokojenosti zákazníka	13
2.3	Poziční mapa	15
3	Charakteristika společnosti .A.S.A., s.r.o.....	17
3.1	Charakteristika společnosti .A.S.A.....	17
3.2	Organizační struktura společnosti	18
3.3	Společnost .A.S.A. TS Prostějov	19
3.3.1	Charakteristika hospodaření	20
3.4	Nabídka služeb .A.S.A. TS Prostějov.....	22
3.4.1	Služby pro město Prostějov a obce.....	22
3.4.2	Služby pro průmyslové podniky.....	23
3.4.3	Služby pro obchodní společnosti a soukromé podnikatele.....	23
4	Metodika sběru dat	24
4.1	Zpracování bakalářské práce	24
4.2	Marketingový výzkum.....	24
4.2.1	Přípravná fáze	24
4.2.2	Realizační fáze.....	26
5	Analýza současné situace	29
5.1	Charakteristika sběrného dvoru	29
5.1.1	Druhý sběrný dvůr odpadů v Prostějově	30
5.1.2	Seznam druhů odpadů	30
5.1.3	Objednávkový odvoz odpadu a vyřazeného elektrozařízení do sběrného dvora	31
5.2	Vyhodnocení výsledků výzkumu	31
5.3	Poziční mapa	36
5.4	Vyhodnocení hypotéz	37
5.5	SWOT analýza sběrného dvoru.....	40
6	Doporučení ke zvýšení spokojenosti se službami sběrného dvoru.....	42
7	Závěr.....	45
	Seznam použité literatury	47
	Seznam zkratk.....	48
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	49
	Přílohy	50

1 Úvod

Marketing je proces hledání, tvorby a poskytování jedinečné hodnoty zákazníkovi. Hlavním úkolem marketingu je poznávat, předvídat potřeby, požadavky a přání zákazníků a uspokojovat je pomocí tvorby a nabídky produktů a služeb za současné tvorby zisku (proti hodnoty). Proces, který vede k naplnění podnikových cílů, začíná výzkumem potřeb a končí spokojeností zákazníků. Často nejlepším nástrojem, jak porazit konkurenci, je být první v nacházení a uspokojování potřeb (konkurenceschopnost vyžaduje odlišení) a právě potřeby zákazníka podstatně ovlivňují plány firmy.

Společnost .A.S.A. je jednou z nejvýznamnějších evropských firem podnikajících v oblasti nakládání s odpady a v oblasti komunálních služeb. Společnost je v dnešní době brána v České republice jako největší firma v odpadovém hospodářství. Společnost .A.S.A. TS Prostějov, s.r.o. je osobou oprávněnou zajišťovat využití nebo odstranění odpadů v lokalitě města Prostějova a má na starosti také dva sběrné dvory, pomocí nichž zdarma nabízí služby občanům města PV. Celou dobu měli občané k dispozici pouze sběrný dvůr u Sv. Anny, ale ten svou velikostí a kapacitou nestačil, a proto byl zřízen druhý sběrný dvůr. Otevřením nového sběrného dvoru v Průmyslové ulici dohromady oba SD pokrývají otevírací dobou všechny dny v týdnu a občané sem mohou vyvážet téměř veškerý odpad. Přesto se najdou lidé, kteří budou s některými službami nespokojeni.

Jsem zaměstnaná jako brigádnice u společnosti .A.S.A. TS Prostějov, s.r.o., proto jsem si vybrala tuto společnost pro bakalářskou práci. Společnost by chtěla zjistit, jaká je spokojenost občanů města Prostějov se službami sběrného dvoru, případně co by se dalo vylepšit. Rozhodla jsem se tedy, že využiji situace a zrealizuji pro společnost marketingový výzkum.

Jako téma bakalářské práce jsem si zvolila „Možnosti zvýšení spokojenosti se službami sběrného dvoru“. Cílem mé práce je tedy zjistit, jaká je spokojenost občanů města Prostějov s dosavadní nabídkou služeb sběrného dvoru. Budu se zabývat i důvody případné nespokojenosti a zjišťovat, jaké jiné služby by občané zavedli a co by změnili. Ve své práci se zaměřím na sběrné dvory. Provedu marketingový výzkum občanů města na různých frekventovaných místech (na nádraží, u sběrných dvorů a na náměstí), který bude uskutečněn prostřednictvím osobního dotazování. Z poznatků získaných z marketingového výzkumu vylíčím současnou situaci, vytvořím poziční mapu dle spokojenosti a důležitosti,

a ve své práci ještě provedu doporučení pro společnost .A.S.A. TS Prostějov, jak by mohla zvýšit spokojenost občanů se službami sběrného dvoru.

2 Teoretická východiska marketingových nástrojů ve službách

2.1 Charakteristika služeb

„Služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.“¹

Kategorie služeb

„Nabídky společností se často skládají z několika služeb. Složka služeb může být více či méně důležitou součástí celkové nabídky.“²

Služby lze rozdělit do pěti kategorií nabídek[5]:

- ryze hmotné zboží – společnost nabízí pouze hmotné produkty a součástí nejsou žádné doprovodné služby;
 - hmotné zboží s doprovodnými službami – nabídka se skládá z hmotného zboží, doprovázeného jednou nebo více službami;
 - hybridní – společnosti nabízí zboží a služby ve stejné míře;
 - převažující služba s doprovodným menším zbožím a službami – nabídka zahrnuje jednu větší službu spojenou s dalšími službami nebo doprovodným zbožím;
- ryzí služba – společnosti nabízí primárně služby.

Nákupní proces ve službách

„Ve většině případů nemůže zákazník v oblasti služeb vyjádřit hodnotu svého uspokojení dříve než po vlastní konzumaci služby. Zákazník hodnotí službu tak, že v první řadě srovná své očekávání s vlastní nabytou zkušeností týkající se dané služby.

¹VAŠTÍKOVÁ, Miroslava: *Marketing služeb – efektivně a moderně*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9, str. 20

²KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane: *Marketing management*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5, str. 441

Poskytování služeb má tedy 2 dimenze – poskytnutí, které zákazník vyhledává, a zkušenost, kterou konzumací služby nabývá.“³

„Nabídka služeb v tržních ekonomikách je velice široká a rozmanitá. Liší se nejen typem a rozměrem poskytovaných služeb, ale i jejich obsahem. Odvětví služeb v tržních podmínkách je extrémně rozlehlé. Poskytuje je sektor soukromý i veřejný, organizace ziskové i neziskové. Důraz na tento sektor i jeho nabídku klade jak zákazník, tak poskytovatel.“⁴

2.1.1 Vlastnosti služeb

Poskytované služby mají celou řadu vlastností, kterými se odlišují od hmotného zboží. Mezi základní vlastnosti charakterizující služby patří jejich nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, pomíjivost a nemožnost vlastnictví.[1]

Nehmotnost

„Nehmotnost služeb vede k tomu, že služby nelze skladovat, uchovávat, znovu prodávat nebo vracet.“⁵

Nehmotnost služby je vlastnost, která je nejvíce charakterizuje. Službu lze poskytovat samotnou, nebo služby mohou doprovázet prodávané výrobky. Služby samotné nelze na rozdíl od hmotných výrobků ohodnotit fyzickými smysly. Zboží si zákazníci mohou před jejich koupí vyzkoušet, ochutnat a jinak otestovat. U služeb to kvůli jejich nehmotnosti nelze. Proto kvalitu nabízených služeb lze ověřit a porovnat až při jejich nákupu a spotřebě. Protože nelze kvalitu služeb hodnotit jejich vyzkoušením, používá se k jejímu hodnocení cena.[3]

Neoddělitelnost služeb

Touto vlastností jsou se také služby odlišují od hmotných výrobků. U zboží lze produkci a spotřebu od sebe oddělit. Výrobky se nejdříve vyrobí, potom jsou skladovány, předány maloobchodům a nakonec je zakoupí a spotřebují koneční spotřebitelé. Služby jsou naopak neoddělitelné od její produkce, jsou produkovány a spotřebovávány ve

³ KOZEL, Roman: *Moderní marketingový výzkum*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X, str. 240

⁴ BOUČKOVÁ, Jana: *Marketing*, 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1, str. 308

⁵ JANEČKOVÁ, Ludmila, VAŠTÍKOVÁ, Miroslava: *Marketing služeb*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0, str. 17

stejném čase a místě. Někdy se však zákazník musí dostavit na místo produkce služby a je jejím spoluproducentem. [9]

Proměnlivost (heterogenita)

Služba do je do značné míry závislá na lidech poskytujících služby a jejich rozdílných schopnostech. Proto je zřejmé, že kvalita služeb nemůže být stabilní a stále stejná. Způsob poskytování stejných služeb se u jednotlivých firem odlišuje. Zákazníci tedy vždy neobdrží stejnou kvalitu a je velmi obtížné vybrat si z velkého množství konkurujících si firem.[3]

Pomíjivost

Pro služby je charakteristické to, že je nelze skladovat, vracet či znovu prodávat, a proto jsou v daný okamžik ztracené a zničené. Je tu však možnost špatně poskytnuté služby reklamovat a žádat náhradu poskytnutím jiné. Ve většině případů se vrací peníze, které zákazníci zaplatili za danou službu.[3]

Nemožnost vlastnictví

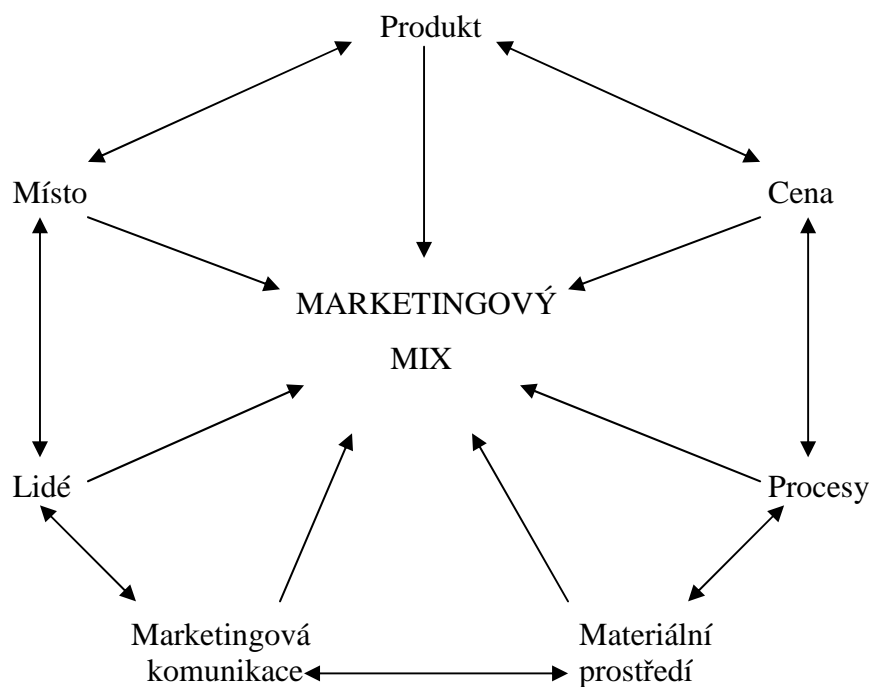
Tato charakteristická vlastnost souvisí s nehmotností služeb a jejich pomíjivostí. U výrobků zákazníci získají při jejich koupi právo je vlastnit, ale při poskytování služeb koneční spotřebitelé nezískávají žádné vlastnictví. Příčinou nemožnosti vlastnictví služeb je, že zákazník vlastní pouze právo na poskytování služby a služba má krátké či přímé distribuční kanály.[9]

2.1.2 Marketingový mix služeb

Marketingový mix představuje kombinaci dílčích složek prvků. Jeho hlavním úkolem a cílem je uspokojování potřeb zákazníků. Žádná firma by neposkytovala své služby zákazníkům, kdyby neočekávala nějakou protihodnotu, která je také cílem společnosti.

Nejdříve obsahoval marketingový mix čtyři základní prvky – v angličtině 4 P – produkt (product), cenu (price), distribuci (place) a marketingovou komunikaci (promotion). Pro poskytované služby však tato 4 P nestačí. Do oblasti služeb je nutno zahrnout (viz obrázek 2.1) další 3 P - materiální prostředí (physical evidence), lidi (people) a procesy (processes). [9]

Obrázek 2.1: Marketingový mix služeb



Zdroj: [3], upravené

Produkt

Za produkt je považován jakýkoliv statek, který lze nabídnout na trhu k uspokojování hmotných i nehmotných potřeb druhých lidí. Patří sem fyzické výrobky i služby. U čistých služeb je produkt popisován jako určitý proces a kvalita je klíčovým prvkem, který definuje službu. Pojem produkt v sobě obsahuje i to, co jeho značka znamená pro zákazníky. [4]

Služba obsahuje tři prvky [3]:

- materiální prvky – jsou to hmotné složky služby, které ji doplňují nebo umožňují její poskytnutí;
- smyslové požitky – ty rozpoznáváme našimi smysly;
- psychologické výhody nabídky – určení výhody je subjektivní a pro každého spotřebitele jiné.

Cena

„Cena je výše peněžní úhrady zaplacená na trhu za prodávaný výrobek či poskytovanou službu. Cena je pro podniky důležitou informací o trhu. Stanoví určitá kritéria pro podnik a podněcuje jeho aktivity určitým směrem.“⁶

Cena je důležitou informací o trhu. Vzhledem k nehmotnému charakteru služeb se cena stává významným ukazatelem kvality. Jedná se o výši peněžní úhrady, která je zaplacená na konkrétním trhu za výrobky a poskytované služby. Cena na jedné straně přináší firmám tržby z prodeje a na druhé straně určuje hodnotu fyzických výrobků nebo služeb spotřebitelům. Vysoká cena zákazníky odradí a nižší cena je zase přiláká. Realita ale občas bývá jiná než teorie. Ve skutečnosti jsou i takoví zákazníci, které vysoké ceny přilákají a naopak nízké ceny odradí.[8]

Distribuce

Rozhodování o distribuční cestě souvisí s usnadněním přístupu zákazníků ke službě. Souvisí s místní lokalizací (umístěním) služby, s volbou případného zprostředkovatele dodávky služby. Kromě toho služby více či méně souvisí s pohybem hmotných prvků, které tvoří součást služby.

V procesu poskytování služeb většinou dochází k přímému setkání spotřebitele se službou v přesně měřitelném časovém období, ale některé typy přímých kontaktů jsou v současnosti nahrazeny internetem (elektronické obchodování). [9]

Marketingová komunikace

Marketingovou komunikací jsou označovány prostředky, kterými se firma snaží informovat a přesvědčovat spotřebitele a připomínat jim (přímo nebo nepřímo) produkty a značky, které prodávají. [5]

Marketingový komunikační mix se skládá ze šesti hlavních způsobů komunikace[5]:

- reklamy – jakákoliv placená forma neosobní marketingové komunikace,
- podpory prodeje – krátkodobé podněty, které vybízejí k vyzkoušení nebo nákupu určitého výrobku nebo služby,

⁶ SVĚTLÍK, Jaroslav: *Marketing – cesta k trhu*, Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2, str. 130

- událostí a zážitků – činnosti a programy financované společností, jejichž účelem je vytvářet každodenní nebo zvláštní interakce spojené se značkou,
- public relations a publicity – různé programy, které jsou určené k propagaci nebo ochraně image společnosti či jejích jednotlivých výrobků,
- direkt (přímý) marketingu – využívá se telefonů, faxů, e-mailů nebo internetu k přímé komunikaci nebo k vyvolání dialogu se specifickými a potenciálními zákazníky.

Lidé

Při poskytování služeb se zákazník střetává se zaměstnanci, kteří jsou poskytovateli služeb dané firmy. Je proto zřejmé, že zaměstnanci ovlivňují kvalitu služeb a jsou důvodem, proč se k nám zákazníci rádi vrací a budou nás dále doporučovat svým přátelům a známým, nebo se nám naopak budou vyhýbat. Pro firmu je velmi důležitý výběr svých zaměstnanců, jejich vzdělávání a motivování. [9]

Materiální prostředí

Nehmotnost služeb znamená, že spotřebitelé nedokáží posoudit dostatečně službu dříve, než ji spotřebují. Materiální prostředí je takové prostředí, které dává službě určité materiální. Jedná se o samotné budovy, v nichž se služby poskytují, různá vybavení kanceláří, oděvy zaměstnanců atd. Materiální prostředí nám ukazuje kvalitu služby a lidé si o ní vytvoří určitý dojem.[9]

Procesy

Procesy ovlivňuje především neoddělitelnost služeb od zákazníka a jejich pomíjivost. Interakce mezi zákazníkem a poskytovatelem se projevuje jako řada kroků a podle jejich počtu se hodnotí složitost procesu poskytování služeb. Možnost volby způsobu poskytování služby vyjadřuje různorodost procesu poskytování služeb.

Služba je někdy poskytnuta a spotřebována přímo v okamžiku interakce a tyto služby nazýváme služby s vysokým kontaktem se zákazníkem. U služeb s nízkým kontaktem se zákazníkem lze část procesu poskytování služby realizovat bez přímého zapojení zákazníka.[9]

2.2 Spokojenost zákazníků

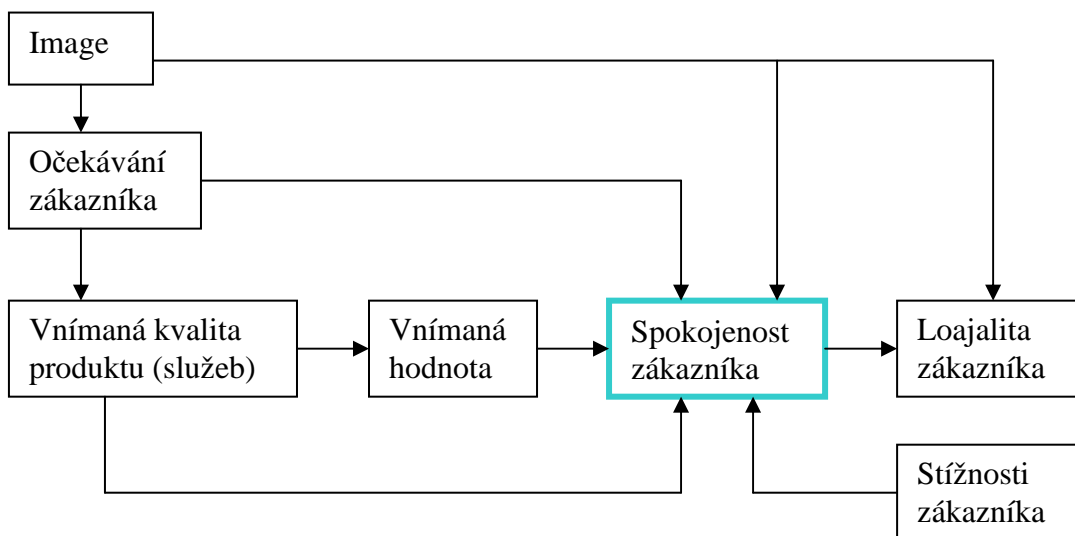
Spokojenost obecně znamená pocit radosti nebo zklamání zákazníka vyvolaný porovnáním vnímaných výkonů k očekávání. Pokud nedojde ke splnění očekávání, zákazník je nespokojený a předčí-li produkt nebo služba jeho očekávání, zákazník je velmi spokojený nebo potěšený. [5]

„Spokojenost zákazníka patří do skupiny nehmotných zdrojů rozhodujících pro úspěšnost firmy. Teoreticky vychází spokojenost zákazníka z teorie rozporu; spočívá ve stanovení představy zákazníka o charakteristikách výrobku (služby) a následné konfrontaci s charakteristikami výrobku po jeho nákupu.“⁷

Evropský model spokojenosti zákazníka spočívá v několika hypotetických proměnných, z nichž každá je determinována určitým počtem měřitelných proměnných.

Vztahy mezi jednotlivými proměnnými lze vyjádřit modelem [2]:

Obrázek 2.2: Model spokojenosti zákazníka



Zdroj: [6]

2.2.1 Význam spokojenosti zákazníka

Spokojenost zákazníků je pro společnosti důležitá a její význam lze členit na [6]:

- image,
- očekávání zákazníka,

⁷ FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana: *Marketingový výzkum – Jak poznávat své zákazníky*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8, str. 107

- vnímání kvality,
- vnímání hodnoty,
- stížnosti zákazníka,
- loajalita (věrnost) zákazníka.

Image se vztahuje k produktu (službě), značce a firmě a mezi měřitelné proměnné patří[2]:

- důvěra v činnost firmy a v poskytované služby,
- stabilita firmy,
- flexibilita a inovativnost k přání a problémům klienta,
- důvody k prvnímu nákupu,
- značka (spontánní znalost značky – známost srovnání s konkurenčními značkami).

Očekávání se vztahuje k očekávání produktu (služby) individuálním zákazníkem a je výsledkem propagace produktu či služby a předešlých zkušeností. Mezi měřitelné proměnné patří pravděpodobnost nenaplnění očekávání z nakoupených služeb, příjemné a vhodné prostředí, dostupnost a pružnost.

Vnímání kvality se týká nejen produktu (služby), ale i doprovodných služeb (servisu, otevírací doby apod.). Mezi měřitelné proměnné patří kvalita celkového balíku zakoupených služeb, úroveň doprovodných služeb, zákaznický servis a poskytnuté osobní rady, široký výběr nabízených produktů – širší sortimentu, spolehlivost, pružnost a přesnost poskytovaných služeb a jasnost a transparentnost poskytovaných informací.

Vnímaná hodnota je spojena s cenou produktu a očekávanou kvalitou. Lze ji vyjádřit jako poměr ceny a vnímané kvality. Hodnotí se zde úroveň ceny v porovnání s kvalitou poskytnutých služeb, úroveň reklamní kampaně, komunikace, ochota personálu, pozice firmy na trhu (pozice vůči konkurenci) aj. [2]

Měřitelné proměnné spokojenosti zákazníka jsou:

- celkové uspokojení potřeb a očekávání zákazníka,
- celková spokojenost,
- spokojenost s dílčími produkty,
- spokojenost s jednáním liniových pracovníků (odbornost a vstřícnost).

Stížnosti zákazníka vznikají při negativní neshodě očekávání, jsou tedy důsledkem porovnání výkonu a očekávání. Měřitelnými proměnnými je četnost stížností, spokojenost s vyřízením stížností (i s rychlostí) a flexibilita při vyřizování stížností.

Loajalita zákazníka se projevuje opakovanými nákupy a cenovou tolerancí. Firma díky tomu získá dlouhodobé vztahy se zákazníky a vznikají pozitivní reference. Mezi měřitelné proměnné patří doba využívání služeb firmy, pravděpodobnost opakování nákupu, četnost kontaktů s firmou (doporučení jejích služeb přátelům a známým) aj. [10]

2.3 Poziční mapa

Poziční mapa je jedním z významných nástrojů, který umožňuje grafické vyjádření vnímané spokojenosti a důležitosti zákazníkem (viz obrázek 2.3).

Obrázek 2.3: Poziční mapa podle spokojenosti a důležitosti



Zdroj: [7], upravené

Přeinvestované faktory představují vysokou spokojenost a poměrně nízkou významnost zákazníků. Společnost by měla omezit investice plynoucí do těchto faktorů. [7]

Motivátory jsou faktory, se kterými jsou zákazníci velmi spokojeni a tyto faktory pro ně mají relativně vysokou významnost. Proto by pro společnost mělo být prioritní udržovat kvalitu těchto faktorů. [7]

Faktory marginálních příležitostí znázorňují nízkou spokojenost a poměrně nízkou významnost. Společnost by měla udržovat nebo lehce zvyšovat kvalitu faktorů, ale bez významného zvyšování investic. [7]

Kvadrant **faktory konkurenčních příležitostí** zobrazuje faktory s nízkou spokojeností a poměrně vysokou významností. Společnost by měla zvyšovat kvalitu těchto faktorů, neboť tyto faktory jsou pro zákazníky velmi důležité a pomocí nich může společnost zvýšit svoji konkurenceschopnost. [7]

3 Charakteristika společnosti .A.S.A., s.r.o.

3.1 Charakteristika společnosti .A.S.A.

Společnost .A.S.A. byla založena v roce 1988 v Rakousku a stala se jednou z nejvýznamnějších a nejperspektivnějších evropských firem podnikajících v oblasti nakládání s odpady a v oblasti komunálních služeb. Je organizována na bázi holdingu a mimo českých firem sdružuje i rakouské, polské, maďarské a slovenské firmy. O tři roky později se společnost dostala na trhy střední a východní Evropy a ve stejném roce byla založena konzultační firma v Brně.

Společnost .A.S.A. začala svoji působnost v České republice od roku 1992. V roce 1993 se změnil majitel společnosti .A.S.A. Group, kterým se stala francouzská EDF. Významným rokem se stal rok 1996, ve kterém se sloučili 3 firmy - .A.S.A. Praha, .A.S.A. Brno (založena 1992) a .A.S.A. Industrieservis a vznikla nová společnost .A.S.A., spol. s r.o. Tato společnost má sídlo v Praze a aktivity po celé ČR.

Firma .A.S.A., spol. s r. o. dne 15. 6 2000 získala certifikáty podle mezinárodních norem ISO EN ČSN 14001 a ISO EN ČSN 9001. Tyto normy byly ve společnosti zavedeny jako integrovaný systém s jedním systémovým řízením, což mimo jiné znamená politiku stálého zlepšování kvality vnitřní organizace a přístupu k ochraně životního prostředí a je zákazníkovi zárukou o kvalitě poskytovaných služeb. Certifikáty jsou vystaveny konkrétně pro činnosti: soz, transport, třídění a skládkování průmyslových živnostenských a komunálních odpadů, projektování a provozování komplexního odpadového hospodářství, sanace starých zátěží, čištění a zimní údržba komunikací. Integrovaný systém řízení .A.S.A. je však platný a závazný pro všechny firmy skupiny .A.S.A.[12]

V roce 2005 byla založena společnost .A.S.A. TS Prostějov a následující rok se podruhé změnil majitel společnosti .A.S.A. Group – španělská společnost FCC (Fomento de construcciones y contratadas, s.a.).

Hlavní náplní holdingu jsou komplexní služby v oblasti ekologického poradenství, projektování, zřizování, výstavby, provozování zařízení pro nakládání s odpady včetně sozu a separace. Přednosti společnosti lze vidět zejména v komplexním přístupu k řešení

systémů nakládání s odpady, ve vlastním vývoji a aplikaci nejmodernějších technologií a rozvoji dalších činností.

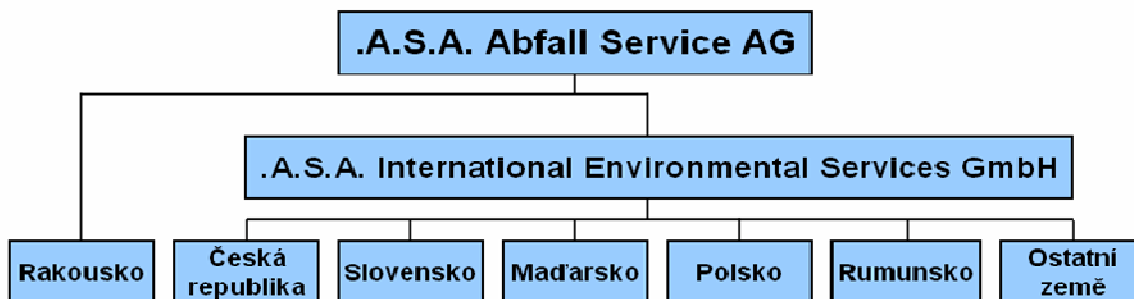
V holdingu .A.S.A. jsou sdruženy firmy podnikající a disponující know-how zejména v následujících oblastech[12]:

- poradenství v nakládání s odpady,
- separovaný sběr odpadů,
- svoz odpadů ke zpracování nebo k odstranění,
- kompostování biologických odpadů,
- třídění a recyklace odpadů použitelných jako druhotné suroviny,
- přeprava zvláštních a nebezpečných odpadů,
- poskytování ostatních komunál. služeb (čištění komunikací, údržba zeleně),
- sanace starých ekologických škod,
- příprava, projektování, výstavba, provozování a následná rekultivace skládek komunálního a průmyslového odpadu.

3.2 Organizační struktura společnosti

Z obrázku č. 3.1, který je uveden níže, jde vidět, kde všude ve světě společnost .A.S.A. nabízí své služby pro města a obce a získává stále větší postavení i na mezinárodním trhu. V České republice je společnost zastoupena těmito provozovny: Praha, Brno, Ostrava, Teplice, Tisová, Tachov, Lodín, Chrudim, Stříbro, Frýdlant, Český Těšín, Rožnov p. R., Miroslav, Říčany, Frymburk, Tanvald a Lysá n. L.

Obrázek 3.1: Organizační struktura společnosti .A.S.A.



Zdroj: interní materiály .A.S.A. TS Prostějov

Společnost .A.S.A. spol. s r.o. má své provozovny nejen v České republice a Rakousku. Společnost působí v různých zemích po celém světě (viz. obrázek 3.2).

Obrázek 3.2: Působnost společnosti .A.S.A. ve světě



Zdroj: www.asa-cz.cz

3.3 Společnost .A.S.A. TS Prostějov

.A.S.A. TS Prostějov je společnost, která působí v oblasti odpadového hospodářství a poskytování komunálních služeb. Je součástí společnosti .A.S.A. spol. s r.o., která patří mezi největší na území ČR ve svém oboru a působí i v dalších zemích Evropy. Jedním ze strategických cílů společnosti je rozvoj spolupráce s městem a obcemi.

Tato společnost nejdříve působila pod názvem Technické služby Prostějov, s.r.o., které byly zřízeny městem Prostějov 22. 9. 2000 za účelem zajištění funkcí města v různých oblastech. Mimo činnost pro město Prostějov zajišťuje společnost služby pro další subjekty: obecní a městské úřady, občany, podnikatele. V těchto činnostech dosáhly výnosy v roce 2004 více než 21 mil. Kč a pro další období je snahou vedení společnosti tyto výkony zvýšit.

Dnem 1. 1. 2005 vstoupil do společnosti strategický partner se stejným oborem podnikání. Smlouvou o převodu části obchodního podílu se společnost .A.S.A., spol. s r. o. stala minoritním vlastníkem společnosti. Tato společnost sídlí v Praze a její obchodní podíl činí 49 %. Majoritním společníkem nadále zůstává město Prostějov s obchodním podílem ve výši 51 %.[12]

V souvislosti s tímto byl dne 21. 1. 2005 podán návrh na změnu zápisu společnosti u Krajského soudu v Brně (rejstříkový soud), kterým byla navržena změna obchodní firmy společnosti na .A.S.A. TS Prostějov, s. r. o. Změna zápisu v obchodním rejstříku byla provedena k datu 23. 3. 2005.

Společnost .A.S.A. ČR má zaveden a certifikován integrovaný systém řízení v souladu s požadavky norem ISO 9000, ISO 1400 a OHSAS 1800. Zavedením tohoto systému garantuje, že veškerá rizika, která v souvislosti s činnostmi prováděnými společnostmi skupiny .A.S.A. ČR, jsou odpovídajícím způsobem zajištěna.[11]

3.3.1 Charakteristika hospodaření

Společnost má zájem o co největší produktivitu práce, kvalitu poskytovaných služeb a konkurenceschopnost. V roce 2007 společnost .A.S.A. TS Prostějov zrekonstruovala dětská hřiště Belgická, Waitova a C. Boudy, dopravní značení a komunikaci Bedihošť.

Ve spolupráci s městem Prostějov proběhlo rozšíření a úprava stanovišť tříděného odpadu, výsledkem čehož je zvýšení množství tříděného odpadu od občanů města. Nákupem systémů GPRS (General Packet Radio Service je mobilní datová služba přístupná pro uživatele GSM mobilních telefonů, více uživatelů sdílí stejný přenosový kanál a data se přenášejí pouze, když jsou odeslána) do všech svozových a transportních aut došlo k zefektivnění činnosti a přesnější kontrole svozové techniky. Společnost se podílela na projektové přípravě nového sběrného dvora na Průmyslové ulici a od března 2007 začala firma po dobu čištění komunikací provozovat odtahovou službu.

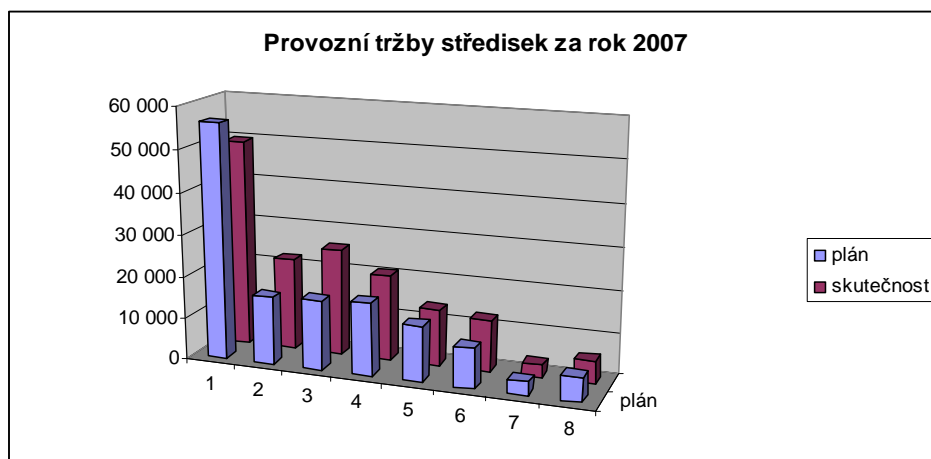
V následující tabulce a grafu je vyobrazen plán a následně skutečnost tržeb jednotlivých středisek v roce 2007 (viz. tabulka 3.3 a graf 3.4). Je patrné, že středisko zeleně a transportu dosáhly nejlepších výsledků ve srovnání s plánem.

Tabulka 3.3: Provozní tržby středisek za rok 2007 v mil. Kč

	1	2	3	4	5	6	7	8
	svoz	transport	zeleň	komunikace	čištění	osvětlení	pohřebnictví	hřbitov
plán	56,1	16,2	16,6	17,4	13,3	9,6	3,3	5,8
skutečnost	49,6	22	25,6	20,5	13,5	12,3	3,1	5,5
rozdíl	-6,5	5,8	9	3,1	0,2	2,7	-0,2	-0,3

Zdroj: interní materiály .A.S.A. TS Prostějov

Obrázek 3.4: Provozní tržby středisek za rok 2007



Zdroj: interní materiály .A.S.A. TS Prostějov

Za rok 2007 společnost .A.S.A. TS Prostějov dosáhla tržeb ve výši 143 mil. Kč (plán 131 mil. Kč) a zisku 6 137 mil. Kč (plán byl 14 644 mil. Kč). Tržby za činnosti pro město Prostějov byly 86 mil. Kč, tj. 60 %. Společnosti se podařilo získat nové zákazníky (obec Lipová, Vrbátky a průmyslový zákazník Micos s.r.o.) a zvýšit ceny, jako například pro město Prostějov (plošné zvýšení položek o 3,5 %), které přinesly cca 4 mil. Kč navíc.

Z tabulky 3.5 vyčteme rozpočet tržeb a zisku na rok 2008 pro jednotlivá střediska společnosti .A.S.A. TS Prostějov.[12]

Tabulka 3.5: Rozpočet na rok 2008 v mil. Kč

	TRŽBY	ZISK
SVOZ	50,2	7,9
POHŘEBNICTVÍ	3	-0,6
HŘBITOV	5,5	1,8
ZELEŇ	21,9	3,5
KOMUNIKACE	18	7,3
TRANSPORT	8,3	-0,7
ČIŠTĚNÍ	13,8	0,8
VO (veřej. osvětlení)	10,7	2,3
ADMINISTRATIVA	3,5	-14,2
CELKEM	134,9	8,1

Zdroj: interní materiály .A.S.A. TS Prostějov

3.4 Nabídka služeb .A.S.A. TS Prostějov

.A.S.A. TS Prostějov má nejrozšířenější spektrum činností v celé České republice. Jako jediná navíc zajišťuje pro město Prostějov službu zakládání, údržbu a udržování čistoty ploch veřejné zeleně a zajišťuje pohřební a hřbitovní služby, včetně provozu městských hřbitovů. Společnost nabízí své služby městům, obcím, průmyslovým podnikatelům i živnostníkům.

Firma nabízí komplexní služby v oblasti ekologického poradenství, projektování, zřizování, výstavby a provozování zařízení pro nakládání s odpady včetně svozu a separace odpadů, zpracování druhotných surovin, projektování a provozování komplexního odpadového hospodářství, čištění a zimní údržba komunikací, recyklace odpadů s cílem vrátit odpady zpět do výrobního procesu a další. .A.S.A. nakládá s odpadem v souladu s životním prostředím. Společnost .A.S.A. TS Prostějov využívá pro svoz a transport odpadů vlastní moderní techniku značek Mercedes, Iveco a Renault.

3.4.1 Služby pro město Prostějov a obce

.A.S.A. TS Prostějov má s městem Prostějov uzavřeny mandátní smlouvy v souladu s Obchodním zákoníkem. Cílem společnosti je poskytovat obcím a městu komplexní servis souvisejících služeb na vysoké technické a technologické úrovni. Společnost pro město Prostějov zajišťuje svoz a odstranění komunálního a nebezpečného odpadu, svoz a odstranění průmyslového, velkoobjemového a živnostenského odpadu. V rámci těchto služeb firma pronajímá a prodává kontejnery a nádoby, odváží a odstraňuje stavební odpad.

Společnost mimo jiné poskytuje služby v oblasti údržby a oprav komunikací a čištění města (zimní, strojové a ruční čištění komunikací, likvidaci černých skládek a dovoz vody). Mezi službami najdeme dále péči o zeleň, její sečení, údržbu parků a zahrad, pronájem reklamních ploch a údržba kanalizace. Nabízí širokou nabídku zařízení pro autobusové zastávky, včetně plakátových ploch, pouličních hodin, informačních panelů, veřejných toalet, značení pro chodce a komunikace atd. Společnost zajišťuje i pohřební službu ve vysoké kvalitě. Lidé si mohou vybrat způsob a průběh posledního rozloučení s blízkým člověkem dle vlastních představ, přání a finančním možností.

3.4.2 Služby pro průmyslové podniky

Společnost dále poskytuje služby průmyslovým podnikům, pro které připravuje a realizuje projekty komplexního odpadového hospodářství. Při nakládání s průmyslovými odpady společnost zajišťuje jejich sběr, transport, třídění a odstranění resp. jejich další využití a to vše specializovanou technikou. V oblasti transportu a odstranění nebezpečných odpadů firma nabízí podnikům komplexní řešení, které zahrnuje i pronájem vhodných typů kontejnerů. Firma dále poskytuje poradenskou činnost, kterou zhodnotí stav odpadového hospodářství na místě u zákazníka, navrhne mu vhodné řešení a legislativní podporu a nechybí ani komplexní personální servis.

3.4.3 Služby pro obchodní společnosti a soukromé podnikatele

Obchodním společností firma nabízí služby komplexního odpadového hospodářství (KOH), kdy firma plně přebírá odpovědnost za celý systém nakládání s odpady u zákazníka. Zabezpečení odpadového hospodářství je zajišťováno po stránce organizační, technické, legislativní i personální. Společnost poskytuje i legislativní servis a to vše prostřednictvím kvalifikovaných pracovníků. Dále také zabezpečuje nakládání s odpady a veškerou manipulaci s odpady – vytváří podmínky pro třídění odpadu v místě jejich vzniku, shromažďuje je do dávek, které je možné transportovat, odvoz a následné využití nebo odstranění odpadů.

Pro soukromé podnikatele je zajišťován sběr, třídění, svoz a odstraňování odpadu. Firma dále poskytuje služby v oblasti čištění a údržby komunikací, nakládání se stavebními odpady, pronájem různých druhů kontejnerů atd. [11]

4 Metodika sběru dat

4.1 Zpracování bakalářské práce

Ve své bakalářské práci jsem použila jak primární, tak sekundární informace. Sekundární informace se týkají charakteristiky společnosti a sběrného dvoru. Tyto informace byly čerpány z internetu a z interních materiálů společnosti .A.S.A. TS Prostějov. Primární informace byly zjišťovány pomocí vlastního marketingového výzkumu na frekventovaných místech ve městě Prostějov i přímo ve sběrném dvoře.

V následující tabulce 4.1 jsem zpracovala časový harmonogram, podle kterého jsem psala bakalářskou práci.

Tabulka 4.1: Časový harmonogram zpracování bakalářské práce

	listopad	prosinec	leden	únor	březen	duben
Úvod	✓					
Teoretická část	✓					
Charakteristika společnosti		✓				
Příprava výzkumu		✓				
Realizace výzkumu			✓			
Vyhodnocení údajů				✓		
Návrhy a doporučení					✓	
Závěr					✓	
Odevzdání bakalářské práce						✓

4.2 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je nejdůležitější částí mé bakalářské práce. Rozčlenila jsem jej na přípravnou a realizační fázi.

4.2.1 Přípravná fáze

Problém

Společnost .A.S.A. TS Prostějov by chtěla zjistit, zda občanům města Prostějova vyhovují stávající služby sběrného dvoru, případně jestli by něco změnili, nebo naopak

nějaké služby doplnili. Proto jsem se nabídla, že pro ně tento výzkum zrealizuji a zjistím spokojenost stávajících občanů.

Cíl

Cílem mého marketingového výzkumu je zjištění spokojenosti občanů města Prostějova se službami sběrného dvoru. Budu zjišťovat informace od občanů, zda vůbec využívají služeb SD, co by změnili, nebo z jakého důvodu služeb nevyužívají, co je ovlivňuje či omezuje.

Hypotézy

Na základě definovaných cílů jsem si stanovila čtyři hypotézy, které se později potvrdí, nebo budou zamítnuty.

H1: 60 % a více občanů využívá služeb sběrného dvoru.

H2: 50 % a více občanů je spokojeno se službami sběrného dvoru.

H3: 30 % a více občanů by služby sběrného dvoru změnilo či doplnilo.

H4: 20 % a méně občanů nemá vůbec potřebu řešit odpad nad rámec pravidelného svozu.

Metoda marketingového výzkumu

Výzkum bude proveden metodou dotazování. Dotazování bude osobního charakteru, abych občanům v případě nepochopení otázek vysvětlila myšlenku. Výzkum bude náročný hlavně časově, a to proto, že ne všichni dotazovaní budou ochotni odpovídat na otázky. Z toho důvodu mám v plánu požádat obchodního zástupce společnosti, jestli by mi nevěnoval několik propisek s logem firmy. Přece jenom lidé potom budou vstřícnější a ochotnější odpovídat, když uvidí, že za spolupráci dostanou nějakou odměnu a obě strany budou spokojené.

Technika výběru vzorku respondentů

Pro výběr vzorku bude použita technika vhodné příležitosti. Tato metoda patří mezi nereprezentativní. Výzkum bude realizován přímo v prostorách sběrných dvorů, kde zjistím hlavně jejich připomínky a návrhy na zlepšení služeb na sběrném dvoře a dále bude výzkum prováděn na náměstí ve městě Prostějov. Ve městě žije cca 50 tisíc (47 678) lidí,

což představuje základní soubor. Výběrovým souborem bude 120 občanů tohoto města starších 15 let.

Dotazník

Jako nástroj marketingového výzkumu jsem vytvořila dotazník o 18 otázkách. Otázky jsou zaměřeny na zjištění spokojenosti občanů města Prostějova. Dotazníkem chci zjistit, jak jsou občané se službami sběrného dvoru spokojeni, případně co by změnili. V dotazníku jsou nejdříve otázky zaměřené na danou problematiku, tedy zda vůbec občané vyváží odpad, jestli využívají služeb sběrného dvoru, co by změnili atd. Dotazník je ukončen identifikačními otázkami.

Časový harmonogram

Stanovila jsem si předem časové rozplánování jednotlivých etap. V tabulce 4.2 jsou časově seřazeny jednotlivé etapy podle data.

Tabulka 4.2: Časový harmonogram výzkumu

Činnost/týden	1	2	3	4
Příprava dotazníku	✓			
Kontrola dotazníku (pilotáž)		✓		
Sběr údajů		✓	✓	
Vyhodnocení dotazníku			✓	
Analýza výsledků				✓

Kontrola plánu

Pilotáž jsem provedla v rodině a u známých. Vyplnilo mi dotazníky 20 osob, u kterých jsem si ověřila, zda respondenti pochopili otázky a jestli je dotazník natolik obsáhlý, aby mohly být odpovědi využity pro vyhodnocení hypotéz. Některé otázky jsem zcela vypustila pro jejich zbytečnost a některé jsem musela upravit a doplnit.

4.2.2 Realizační fáze

Sběr dat jsem prováděla v lednu 2009 ve městě Prostějov na frekventovaných místech, kterými byly obchody, náměstí, nádraží a také sběrné dvory. Při sběru dat jsem se setkala s velkou neochotou odpovídat na otázky, ale potřebný počet občanů se mi podařilo přesvědčit, aby mi odpověděli na otázky. Musela jsem oslovit 250 občanů města Prostějov,

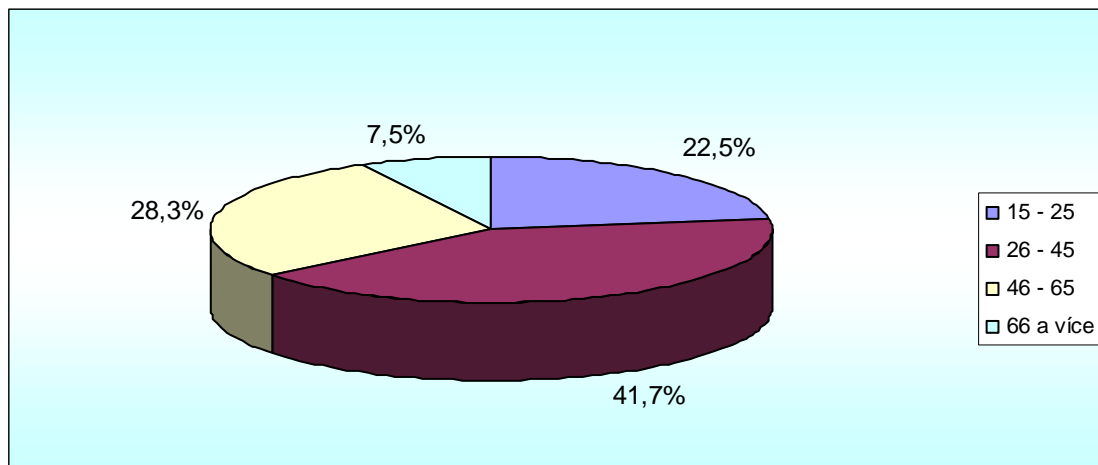
abych získala potřebný počet vyplněných dotazníků (120 dotazníků). Celkem jsem získala 150 vyplněných dotazníků, ale 30 z nich muselo být vyřazeno.

Získané údaje jsem zpracovala do datové matice v Microsoft Excelu a potřebné údaje jsem vložila do tabulek a grafů a v Microsoft Wordu jsem vše popsala. Náklady na marketingový výzkum činili 150 Kč, které byly vynaloženy na tisk potřebného počtu dotazníků.

Výběrový soubor představuje 120 dotázaných respondentů, z nichž 55 % tvoří muži a 45 % ženy (viz příloha č. 3, obrázek 3.1).

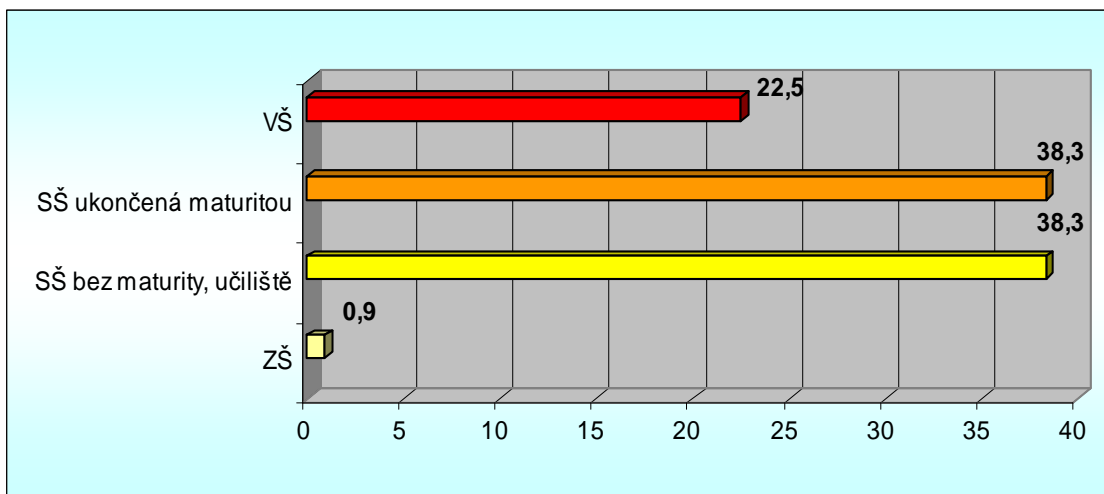
Rozdělení respondentů podle věku (viz obrázek 4.3) je nejvíce zastoupeno občany ve věku 26 – 45 let, jichž bylo 41,7 % (50 občanů). Na druhém místě jsou respondenti ve věku 46 – 65 let s 28,3 procenty (34 občanů), 22,5 % občanů je ve věku 15 – 25 let (27 občanů) a nejmenším procentem jsou občané ve věku 66 let a více, kterých je 7,5 % (9 občanů).

Obrázek 4.3: Rozdělení dotazovaných občanů podle věku



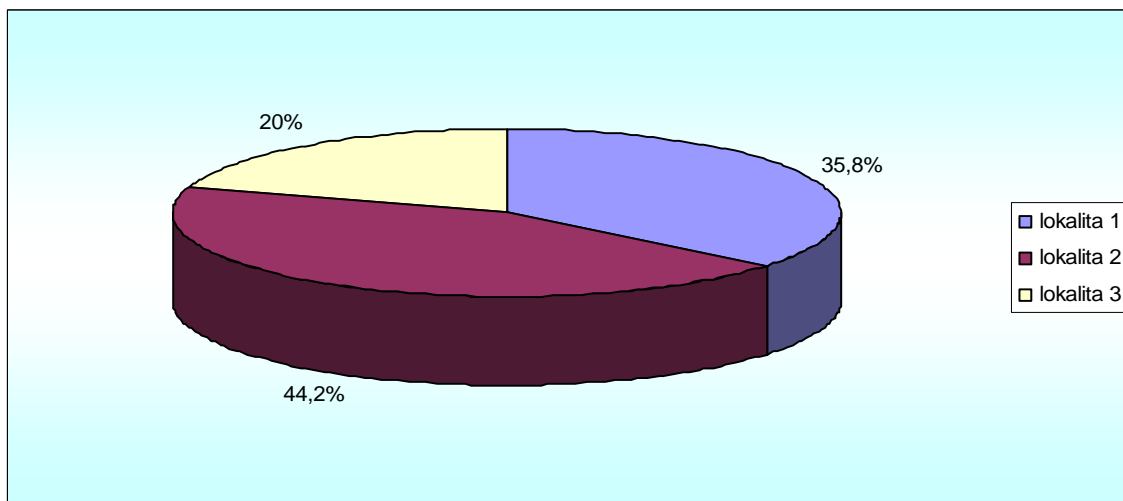
Z celého výběrového souboru, jak lze vidět na obrázku 4.4, má 0,9 % občanů ukončené základní vzdělání, 38,3 % má nejvyšší dosažené vzdělání SŠ bez maturity nebo učiliště, 38,3 % je středoškolsky vzdělaných a 22,5 % občanů dosáhlo vysokoškolského vzdělání.

Obrázek 4.4: Rozdělení dotazovaných respondentů podle vzdělání v %



Dále jsem si rozdělila respondenty podle lokality jejich bydliště (viz obrázek 4.5). Lokality jsem rozdělila na tři části pro lepší přehlednost. Nejvíce dotázaných obyvatel bydlí v druhé lokalitě (44,2 %), do které jsem zahrnula Vrahovice a Čechůvky. 35,8 % respondentů bydlí v lokalitě 1 (Krasice, Domamyslice, Čechovice, Čechovice – Záhoří) a 20 % žije ve třetí lokalitě (Prostějov, Žešov).

Obrázek 4.5: Rozdělení respondentů podle místa bydliště



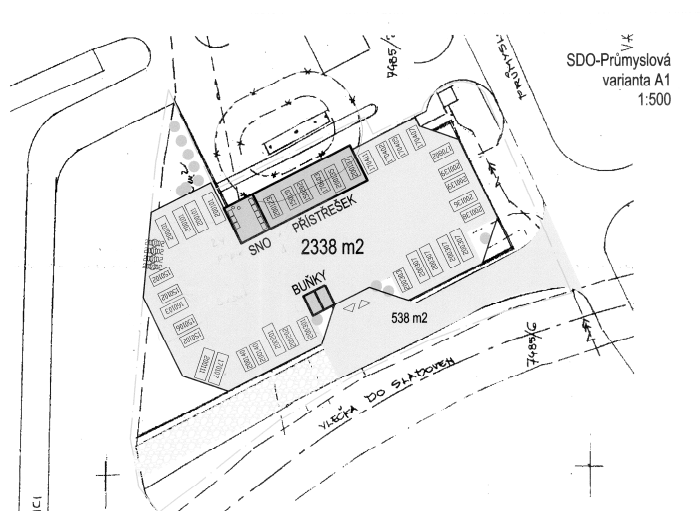
5 Analýza současné situace

5.1 Charakteristika sběrného dvoru

Sběrný dvůr odpadů slouží ke sběru komunálního odpadu včetně jeho vybraných nebezpečných složek od občanů na území příslušné obce. Sběrný dvůr umožňuje občanům předat odpad, který nepatří nebo se nevejde (objemový) do sběrných nádob. Mohou tam tedy uložit nebezpečný odpad, zpětný odběr elektrozařízení a ostatní. Odpady nejsou v objektu sběrného dvora skladovány.

Přejímání odpadů je zabezpečováno dvěma pracovníky, kteří vizuálně kontrolují odpad a zaznamenávají množství a charakteristiky přijatého odpadu, který je umístěn podle druhu do sběrných nádob a zapsán do provozního deníku a po naplnění jednotlivých kontejnerů je odpad odvážen k využití nebo odstranění. Nevyužitelný odpad je uložen na zabezpečenou skládku a využitelné služby odpadu do recyklačních zařízení. Například textil a plasty jsou zpracovány na tuhé alternativní palivo (využití v cementárně), sklo je předáno do skláren, kovy a papír lze využít jako druhotné suroviny a pneumatiky jsou předávány jako palivo pro cementárny. [12]

Obrázek 5.1: Vzor stávajícího sběrného dvoru



Zdroj: interní materiály společnosti .A.S.A. TS Prostějov

Sběrný dvůr je rozdělen na čtyři části: hala, přístřešek, kancelář a sociální zařízení a zpevněná plocha. V zastřešené hale je skladován nebezpečný odpad a zpevněná plocha je

vlastně vyspádaná asfaltová plocha, na kterou jsou stavěny kontejnery. Přístřešek slouží pro uložení kontejnerů a zpětně odebraného elektrozařízení (viz obrázek 5.1).

5.1.1 Druhý sběrný dvůr odpadů v Prostějově

Prostějovským občanům začal sloužit nový sběrný dvůr v Průmyslové ulici, který využívají převážně obyvatelé severovýchodní části Prostějova. Předpokládaný počet obyvatel spádové oblasti je 30 tisíc. Jediný sběrný dvůr v ulici u Svaté Anny již občanům svojí kapacitou a velikostí nestačil velkému množství odpadů, které občané Prostějova přivážejí. Společnost .A.S.A. TS Prostějov využila dotací z Evropských fondů, která jí pokryla 70 % investic. Otevírací doba obou sběrných dvorů pokrývá všechny dny v týdnu (viz tabulka 5.2).

Tabulka 5.2: Otevírací doba obou sběrných dvorů

Sběrný dvůr:	Průmyslová	U sv.Anny
Pondělí	09 ⁰⁰ -13 ⁰⁰ 13 ³⁰ - 17 ⁰⁰	zavřeno
Úterý	zavřeno	09 ⁰⁰ -13 ³⁰ 14 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Středa	zavřeno	09 ⁰⁰ -13 ³⁰ 14 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Čtvrtek	09 ⁰⁰ -13 ⁰⁰ 13 ³⁰ - 17 ⁰⁰	09 ⁰⁰ -13 ³⁰ 14 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Pátek	09 ⁰⁰ -13 ⁰⁰ 13 ³⁰ - 17 ⁰⁰	09 ⁰⁰ -13 ³⁰ 14 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Sobota	09 ⁰⁰ -13 ⁰⁰ 13 ³⁰ - 17 ⁰⁰	09 ⁰⁰ -13 ³⁰ 14 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Neděle	09 ⁰⁰ -13 ⁰⁰ 13 ³⁰ - 17 ⁰⁰	zavřeno

Zdroj: interní materiály společnosti .A.S.A. TS Prostějov

5.1.2 Seznam druhů odpadů

Na sběrný dvůr mohou občané města Prostějova ukládat nebezpečný a ostatní odpad a mohou využít zpětného odběru elektrozařízení. Za ostatní odpady jsou považovány obaly (plastové, kovové, směsné), vyřazená vozidla a odpady z jejich demontáže a údržby (pneumatiky), beton, cihly, tašky a keramika, složky z odděleného sběru (papír a lepenka, sklo, oděvy, textilní materiály, kovy), odpady ze zahrad a parků, včetně hřbitovního odpadu a ostatní komunální odpady.

Za nebezpečné odpady jsou považovány kovové obaly a obaly obsahující zbytky nebezpečných látek, baterie a akumulátory, zářivky atd.

U zpětného odběru elektrozařízení se jedná o zpětný bezplatný odběr kompletních elektrozařízení od občanů i od registrovaných firem do systému zpětného odběru. Chladicí zařízení je odváženo do Elektrowinu a.s. jeho vlastními dopravci, televizory, monitory a počítače vč. příslušenství přebírá Asekol s.r.o., zářivky a plynové výbojky přejímá Ekolamp s.r.o. a Ekobat odebírá baterie a akumulátory všech velikostí a typů.[12]

5.1.3 Objednávkový odvoz odpadu a vyřazeného elektrozařízení do sběrného dvora

Společnost .A.S.A. TS Prostějov začala nabízet novou službu v souvislosti s otevřením sběrného dvoru na Průmyslové ulici v Prostějově. Jedná se o nadstandardní službu („taxi“ službu) pro občany města Prostějova, kteří nemohou odvést vlastními silami odpad na sběrný dvůr. Společnost občanům odveze veškerý odpad, který lze na sběrný dvůr odevzdat. Tato služba je placená a cena je stanovena následně podle počtu ujetých kilometrů a doby nakládání odpadu. Ovšem odevzdání odpadu ve sběrném dvoře je určeno pro fyzické osoby žijící ve městě zdarma.

Občané však musí odpad vytřídit a nachystat tak, aby ho bylo možné jednoduše naložit. Odpad musí být nachystán před domem nebo blízko komunikace a lidé si mohou tuto službu objednat zasláním faxu, emailem, poštou nebo si ho objednají přímo ve společnosti .A.S.A. TS Prostějov.

5.2 Vyhodnocení výsledků výzkumu

Využití služeb sběrného dvoru

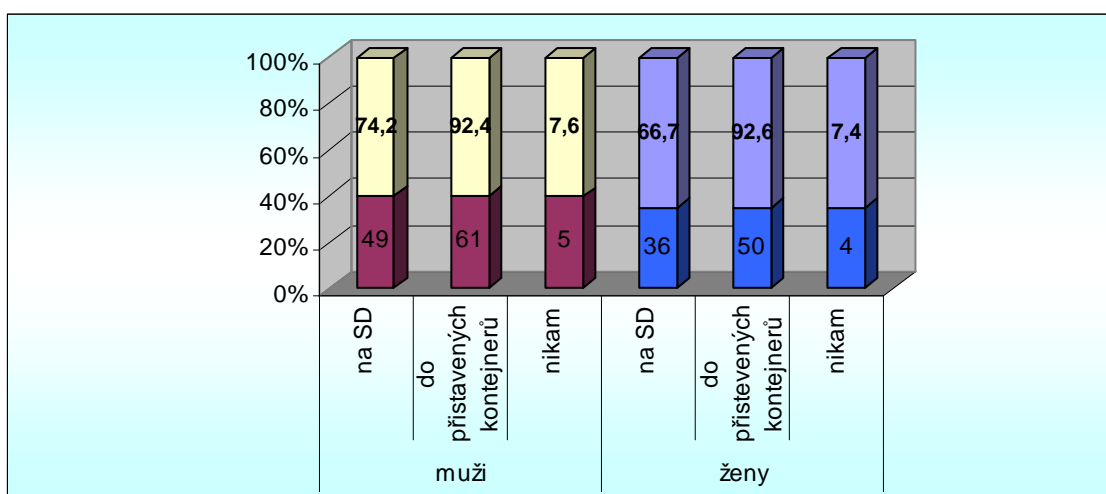
Z provedeného výzkumu jsem zjistila, že 92,5 % (111) dotazovaných respondentů využívá k odstranění odpadu alespoň přistavených kontejnerů na různých místech města Prostějova. 70,8 % (85 občanů) z nich využívá služeb sběrných dvorů (viz obrázek 3.2 – příloha č. 3). Pouze 7,5 % ze 120 dotázaných řeklo, že nepotřebují ani sběrný dvůr, ani přistavených kontejnerů. Je zřejmé, že těmto lidem stačí pouze odvoz domovního odpadu nebo případně patří mezi ty, kteří v lesích dělají černé skládky.

Na obrázku 3.3 (příloha č. 3) lze vidět, že 92,5 % občanů využívá přistavených kontejnerů ve městě Prostějov a pouhých 7,5 % těchto kontejnerů nevyužívá. Z výzkumu jsem dále zjistila, že na sběrný dvůr více vyváží muži (74,2%) než ženy (66,7 %) viz

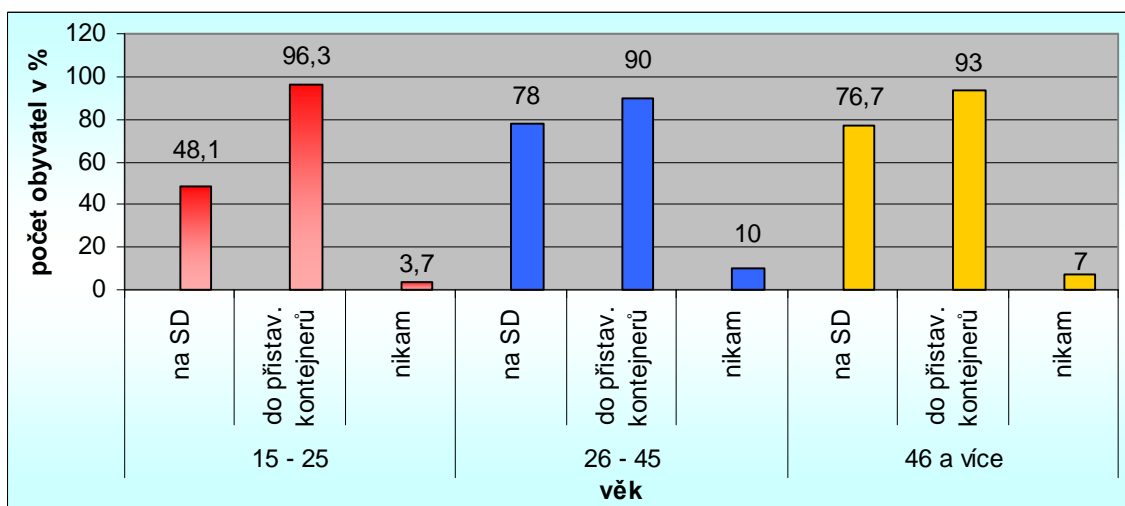
obrázek 5.3. Dále lze vidět, že muži i ženy téměř na stejné úrovni dávají odpad do přistavených kontejnerů a pouze malé procento mužů i žen nevyváží odpad nikam.

Z hlediska věku využívají nejvíce služeb sběrného dvoru občané ve věku 26 – 45 (78 %) a těsně za nimi jsou lidé ve věku 46 let a více s 76,7 %. Naopak nejméně využívají služeb sběrného dvoru ti nejmladší, tedy občané ve věku 15 – 25 let (48,1 %). U všech tří věkových skupin využívá přistavených kontejnerů přes 90 % občanů a pouze malé procento odpad na sběrné dvůr vůbec nevyváží (viz obrázek 5.4).

Obrázek 5.3: Vyvážení odpadu podle pohlaví



Obrázek 5.4: Vyvážení odpadu podle věku



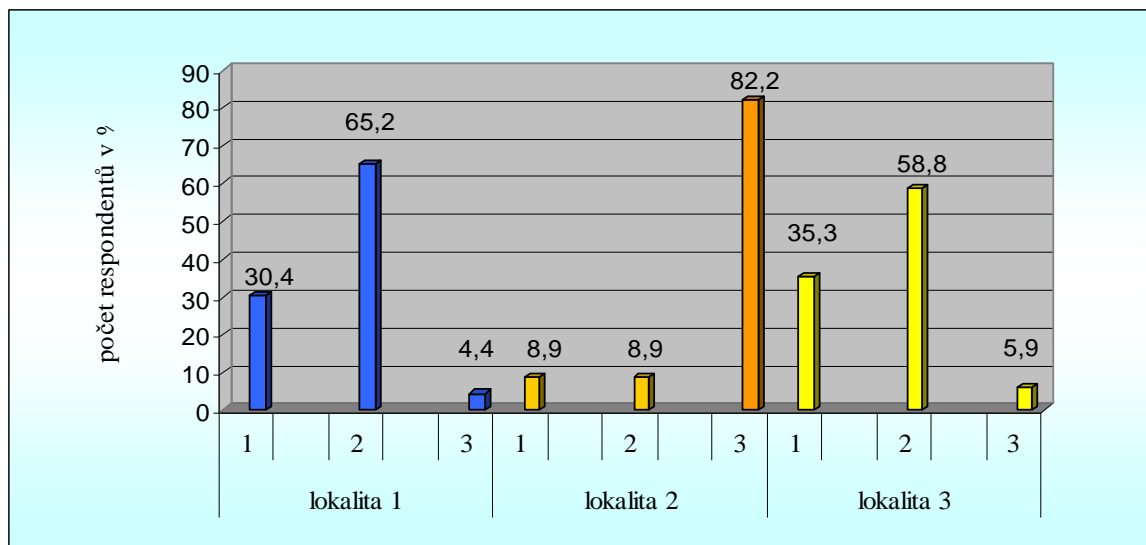
Využívání služeb pouze SD u Sv. Anny nebo obou sběrných dvorů

Polovina z dotazovaných občanů města Prostějov nemá vůbec ponětí o otevření nového sběrného dvoru. Druhá polovina naopak o otevření ví (viz obrázek 3.5 – příloha 3). O otevření sběrného dvoru se respondenti dozvěděli převážně z novin (60 %) a 40 % bylo informováno z radničního hlášení viz obrázek 3.6 (příloha 3). 45,9 % souboru využívá služeb obou sběrných dvorů a 34,1 % využívá pouze sběrný dvůr u Sv. Anny (viz obrázek 3.8 – příloha 3). Tito občané využívají sběrný dvůr u Sv. Anny, protože je blíže než ten druhý, nebo o tom druhém vůbec nevědí.

Z výzkumu dále vyplynulo (viz obrázek 3.16 – příloha 3), že služby SD nejvíce využívají občané, kteří bydlí v lokalitě 2 (84,9 %). Do této lokality patří Krasice, Domamyslice, Čechovice a Čechovice – Záhoří. 70,8 % občanů žijících v lokalitě 3 (Prostějov, Žešov) vyváží odpad na SD a z lokality 1 (Vrahovice, Čechůvky) využívá služeb 53,5 % občanů. Na obrázku 5.5 lze vidět, že občané žijící v lokalitě 1 a 3 využívají převážně SD u Sv. Anny. Přes 30 % v obou lokalitách využívá pouze SD u Sv. Anny z toho důvodu, že je blíže. 82,2 % občanů žijících v lokalitě 2 využívá obou sběrných dvorů.

Také jsem z výzkumu zjistila (viz obrázek 3.9 – příloha 3), že téměř všichni občané, kteří využívají služeb sběrného dvora, jej navštěvují několikrát za rok (79 občanů, 92,5 %). Pouze 4,9 % občanů navštěvuje sběrný dvůr jednou za rok a 2,6 % jej navštěvuje jen zřídka (méně než jednou za rok). Z hlediska pohlaví nejsou vidět žádné rozdíly. Muži i ženy navštěvují sběrný dvůr několikrát za rok a pouze malá část jednou do roka nebo ještě méně.

Obrázek 5.5: Využití služeb SD u Sv. Anny nebo v Průmyslové ulici dle místa bydliště



Legenda:

- 1 – využití služeb pouze SD u Sv. Anny, protože je blíže
- 2 – využití služeb pouze SD u Sv. Anny, protože o 2. sběrném dvoru neví
- 3 – využití služeb obou SD

71,8 % (61 občanů) dotázaných respondentů vyváží na sběrný dvůr nebezpečný odpad (kovové obaly, baterie, zářivky,...) a 55 (64,7 %) respondentů využívá zpětného odběru elektrozařízení. Téměř všichni dotázaní respondenti (82 občanů; 96,5 %), kteří využívají služeb sběrného dvoru, vyváží na sběrný dvůr ostatní odpad (obaly, beton, papír, sklo, textil, kovy,...) viz obrázek 3.10 (příloha 3).

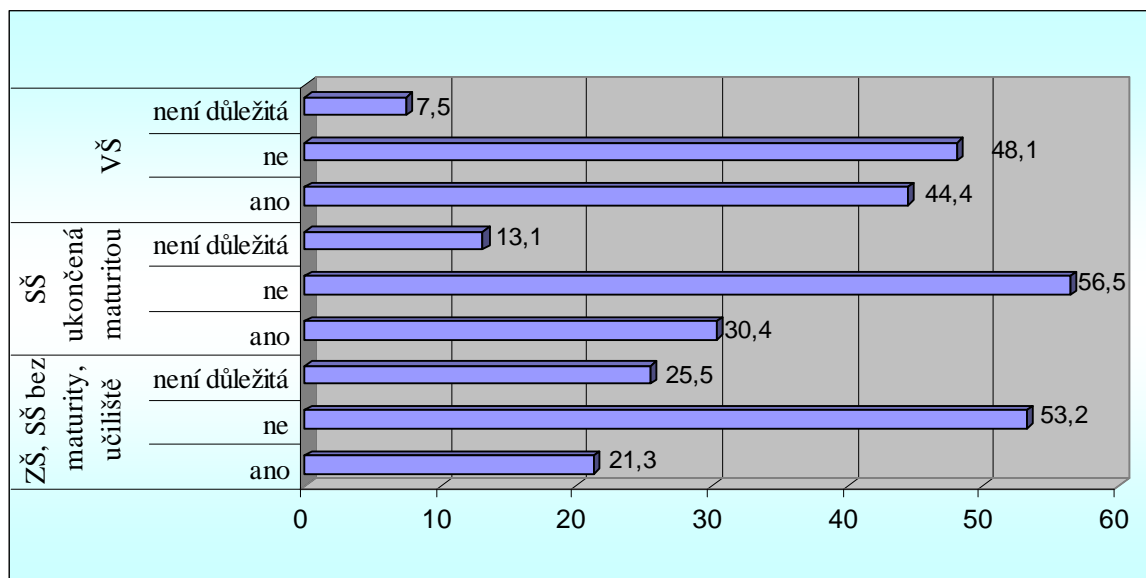
Spokojenost s provozní dobou

Dále jsem zjišťovala spokojenost občanů města Prostějov s otevírací dobou sběrných dvorů a jaké změny by navrhovali. 30 % respondentů je zcela spokojeno s otevírací dobou sběrného dvoru, 53,3 % občanů s otevírací dobou není spokojeno a pro 16,7 % provozní doba není vůbec důležitá (z různých důvodů nevyužívají služeb sběrného dvoru) viz obrázek 3.11 (příloha 3). Nejvíce jsou spokojeni občané (viz obrázek 5.6), kteří mají VŠ (44,4 %). 30,4 % občanů se středním vzděláním ukončeným maturitou je spokojeno s otevírací dobou a nejméně spokojeni jsou občané se základním a středním vzděláním bez maturity (21,3 %).

Na obrázku 3.12 (příloha 3) lze vidět, jaké změny by nespokojení respondenti s otevírací dobou navrhli. Nejvíce by lidé chtěli změny v odpoledních hodinách u obou sběrných dvorů a 22 (34,4 %) respondentů by také zavedlo otevírací dobu na sběrném dvoře u Sv. Anny v neděli, kde mají tento den zavřeno. Z hlediska místa bydliště (viz obrázek 3.17 – příloha 3) občané žijící v lokalitě 1 a 3 nepotřebují vůbec žádné změny otevírací doby sběrného dvoru v Průmyslové ulici a občané, kteří bydlí v lokalitě 2, by nejvíce uvítali změnu v odpoledních hodinách.

Dále lze říci, že všichni občané, kteří nejsou spokojeni s otevírací dobou, by chtěli (bez ohledu na místo bydliště) změnu v odpoledních hodinách na sběrném dvoře u Sv. Anny a občané z lokalit 1 a 3 by ještě chtěli mít otevřeno na SD u Sv. Anny v neděli.

Obrázek 5.6: Spokojenost s otevírací dobou SD dle vzdělání



Nespokojenost s prostorem před sběrným dvorem

Nejvíce občanů by uvítalo větší prostor pro auta čekající před sběrným dvorem, což je myšleno pro oba sběrné dvory. 68 dotázaných občanů (56,7 %) by chtěli vyšší frekvenci přistavování kontejnerů (četnost, doba přistavení) a 61 občanů (50,8 %) by chtělo jinou provozní dobu (viz obrázek 3.13 – příloha 3), která je rozepsána na obrázku 3.12 (příloha č. 3).

„Taxi“ služba

Společnost .A.S.A. TS Prostějov poskytováním „taxi“ služby umožňuje odstranění odpadu těm občanům, kteří sami nemají možnost odvozu odpadu na sběrný dvůr. Z výzkumu jsem zjistila, že pouhých 45 % občanů ze 120 dotázaných (viz obrázek 3.14, příloha 3) ví o této nové službě. Z dotazování jsem dále zjistila, že nikdo z občanů nevyužívá „taxi“ služby, což mi potvrdili i zaměstnanci společnosti. 33,3 % občanů (viz obrázek 3.15, příloha 3), kteří o službě ví, zatím nemělo potřebu využívat tuto službu, 59,3 % občanů nemá vůbec zájem o službu (nemají žádnou potřebu) a 7,4 % nemá o nové službě moc informací.

5.3 Poziční mapa

Výsledky, které jsou vyobrazeny v obrázku poziční mapy, vychází z hodnocení jednotlivých faktorů. Tyto faktory hodnotili občané města PV a měli naznačit, jak jsou s faktory spokojeni a jak jsou pro ně důležité. V obrázku 5.7 lze vidět jednotlivé faktory rozdělené do čtyř kvadrantů.

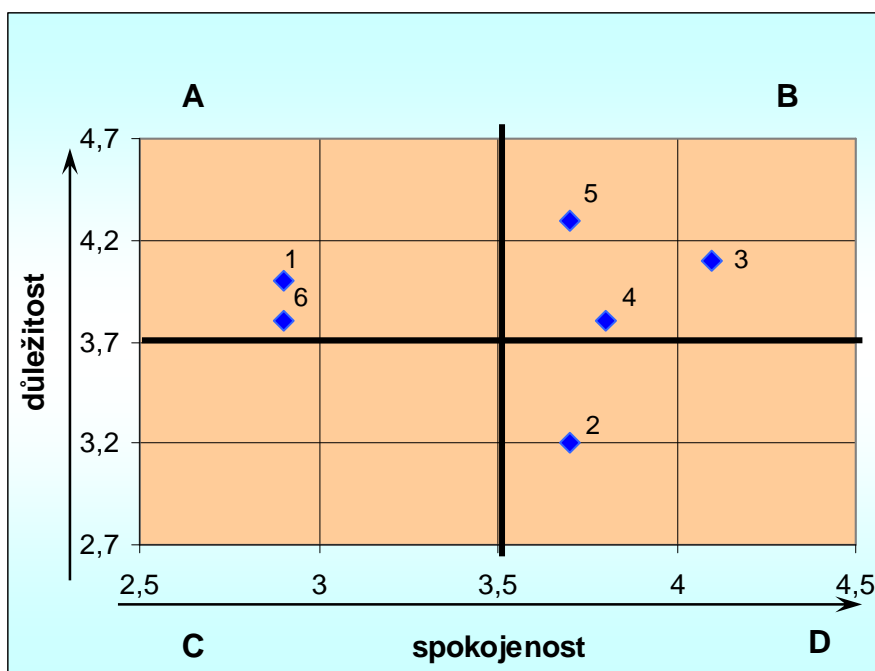
V kvadrantu A jsou jednotlivé faktory, které jsou pro občany důležité a spokojenost není velká. Do tohoto kvadrantu patří otevírací doba a četnost a frekvence přistavování kontejnerů.

V kvadrantu B jsou vyobrazeny důležité faktory, jejichž spokojenost je vysoká. Jedná se zde o uspořádání na sběrném dvoře, dosavadní nabídku služeb a lokalitu sběrného dvora.

Ve třetím kvadrantu (C) by se nacházeli faktory, jejichž důležitost není velká a spokojenost je nízká a průměrná. V tomto kvadrantu nejsou žádné faktory.

Do kvadrantu D patří faktory, které pro spotřebitele nejsou příliš důležité, ale jejich spokojenost je vysoká. Nachází se zde obsluha na sběrném dvoře (zaměstnanci). Občané jsou s touto službou spokojeni a důležitost je průměrná.

Obrázek 5.7: Poziční mapa podle důležitosti a spokojenosti



Legenda:

- 1 – provozní doba
- 2 – obsluha na sběrném dvoře (zaměstnanci)
- 3 – uspořádání na sběrném dvoře
- 4 – dosavadní nabídka služeb (druhy odpadu)
- 5 – lokalita sběrného dvoru
- 6 – četnost a frekvence přistavování kontejnerů

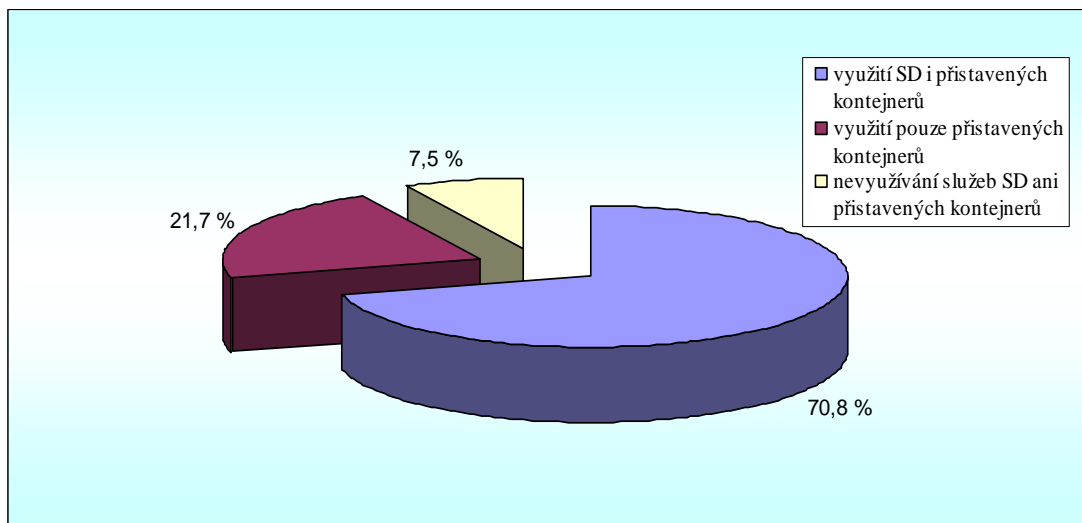
5.4 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza 1

H1: 60 % a více občanů využívá služeb sběrného dvoru.

První hypotéza se potvrdila., více než 60 % občanů využívá služeb sběrného dvoru, konkrétně 70,8 %. Toto procento ukazuje nejen využívání služeb v objektu sběrného dvoru, ale také využití přistavených kontejnerů na různých místech ve městě Prostějov. Dále lze z obrázku 5.8 vyčíst, že 21,7 % občanů využívá alespoň přistavených kontejnerů. Tito občané nevyužívají sběrný dvůr, protože mají problém dovozu a některým nevyhovuje provozní doba. Pouhých 7,5 % nevyužívá služeb sběrného dvoru ani přistavených kontejnerů.

Obrázek 5.8: Využití služeb sběrného dvoru

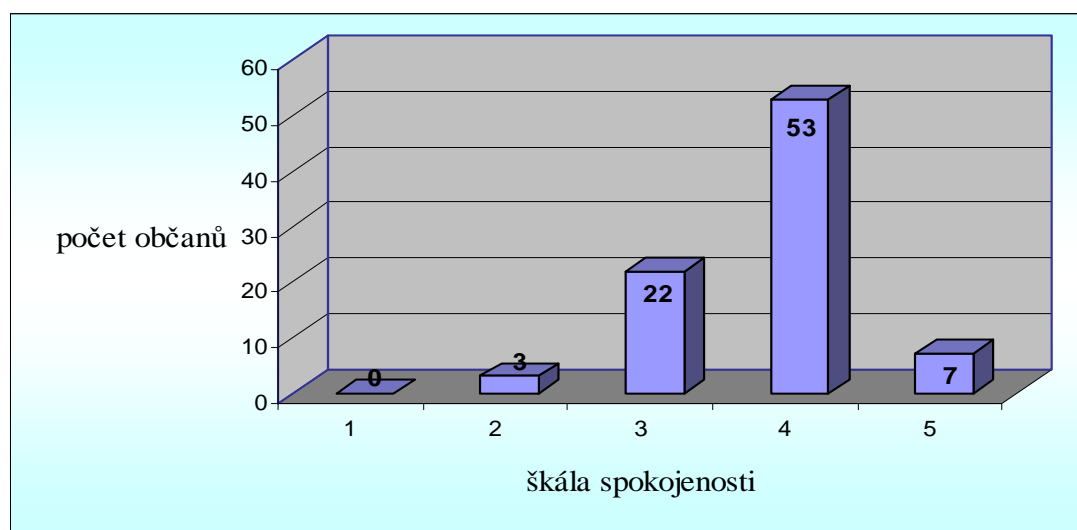


Hypotéza 2

H2: 50 % a více občanů je spokojeno se službami sběrného dvoru.

Druhá hypotéza se také potvrdila, více než 50 % občanů je spokojeno s nabídkou služeb sběrného dvoru. 53 občanů, což je 62,4 % je spokojeno a 8,2 % je velmi spokojeno se službami sběrného dvoru, celkem je to tedy 70,6 %. Z obrázku 5.9 lze vyčíst, že pouze malé procento dotázaných je nespokojeno se službami a ostatní jsou spokojeni průměrně (22 občanů).

Obrázek 5.9: Spokojenost s nabídkou služeb sběrného dvoru

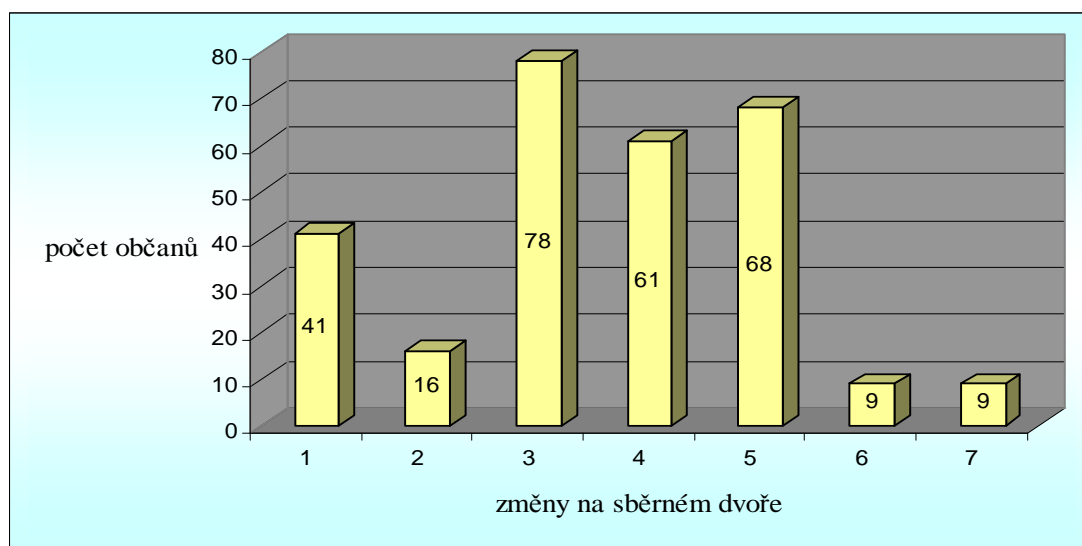


Hypotéza 3

H3: 30 % a více občanů by služby sběrného dvoru změnilo či doplnilo.

Třetí hypotéza se potvrdila, 30 % a více občanů by služby sběrného dvoru změnilo či doplnilo. Z obrázku 5.10 je zřejmé, že většina občanů by něco změnila a pouze 9 dotázaných občanů nechce žádné změny. Na prvním místě by občané uvítali větší prostor pro auta čekající před sběrným dvorem na obsluhu, což se týká obou sběrných dvorů. Na druhém místě se umístila vyšší frekvence přistavování kontejnerů a na třetím místě je jiná provozní doba, zejména v odpoledním hodinách.

Obrázek 5.10: Změna či doplnění služeb sběrného dvoru



Legenda:

- 1 – větší prostor
- 2 – lepší uspořádání na sběrném dvoře
- 3 – větší prostor pro auta čekající na obsluhu před sběrným dvorem
- 4 – jiná provozní doba
- 5 – vyšší frekvence přistavování kontejnerů
- 6 – jiné
- 7 – žádné změny

Hypotéza 4

H4: 20 % a méně občanů nemá vůbec potřebu řešit odpad nad rámec pravidelného svozu.

Čtvrtá hypotéza se potvrdila, méně než 20 % občanů nemá žádnou potřebu likvidovat odpad nad rámec pravidelného svozu (domovní odpad). Z obrázku 3.2 (příloha 3) lze vyčíst, že 7,5 % (9 občanů) dotázaných občanů nemá vůbec žádnou potřebu využívat služeb SD.

5.5 SWOT analýza sběrného dvoru

SWOT analýza je metoda, díky které je možno identifikovat silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats).

S – silné stránky

- nabízené služby pro občany města PV jsou zcela zdarma,
- dostatečná nabídka služeb,
- schopní a spolehliví zaměstnanci,
- odběr elektrozařízení pro všechny (nejen pro občany).

W – slabé stránky

- malý prostor pro auta čekající na obsluhu před sběrným dvorem,
- omezená otevírací doba,
- nízká frekvence přistavování kontejnerů.

O – příležitosti

- potřeba odstranění odpadu obyvatel,
- žádná konkurence,
- nové služby pro občany,
- vzrůstající objem odpadu na obyvatele.

T – hrozby

- možnost vstupu konkurenčních společností,
- legislativní předpisy,
- černé skládky,

- zvyšující se náklady na likvidaci odpadu,
- papírová krize.

6 Doporučení ke zvýšení spokojenosti se službami sběrného dvoru

Na základě marketingového výzkumu jsem formulovala následující doporučení ke zvýšení spokojenosti občanů města PV se službami sběrného dvoru.

Spokojenost

Občané města mají možnost vyvážet na sběrný dvůr nebezpečný a ostatní odpad a je tu zpětný odběr elektrozařízení. Tato nabídka šíře likvidovaných odpadů je dostatečná, protože zajišťuje odstranění veškerého odpadu, který mohou domácnosti vyprodukovat

Doporučila bych společnosti, aby si udržovala spokojenost občanů a stále ji zvyšovala novými a lepšími službami. Také by společnost měla provádět opakované výzkumy zaměřené na spokojenost občanů města PV.

Větší prostor pro auta čekající před sběrným dvorem

Nejen občanům vadí malý prostor před sběrnými dvory. Nevyhovuje to ani lidem projíždějícím kolem těchto objektů. Nový sběrný dvůr v Průmyslové ulici má s tímto prostorem větší problém, protože se nachází blízko křižovatky, ovšem je to záležitost obou sběrných dvorů. Občané, kteří se na sběrný dvůr dostávají auty, musí stát na silnici a zdržují tak silniční provoz. U SD u Sv. Anny je sice větší prostor, ovšem i zde se stává, že se tu udělá menší kolona díky občanům navštěvující sběrný dvůr. Z dotazování jsem zjistila, že téměř všem občanům, kteří navštěvují sběrné dvory, vadí, že není skoro žádný prostor pro jejich auta. Ani oni nejsou rádi, že musí zdržovat provoz na silnicích.

Proto bych společnosti doporučila, aby provedla opatření pro zvětšení tohoto prostoru a upravila (na SD v Průmyslové ulici udělala) prostor pro auta čekající před SD a snížila tak nespokojenost občanů.

Změna otevírací doby na sběrných dvorech

Občané jsou nespokojeni s otevírací dobou obou sběrných dvorů (viz obrázek 3.12, příloha 3) a měli by největší zájem o delší otevírací dobu v odpoledních hodinách. Lidé chodí domů z práce odpoledne a někteří se vrátí až večer a nemají možnost využít služeb sběrného dvoru.

Doporučila bych společnosti .A.S.A. TS Prostějov, aby dobře zvážila situaci a zkusila posunout odpolední hodiny, jelikož otevírací doba je pro občany důležitým faktorem. Také bych navrhla doplnění otevírací doby na sběrném dvoře u Sv. Anny o neděli, kde je momentálně tento den zavřeno a lidem se to nelíbí.

Vyšší frekvence přistavování kontejnerů

Přes 90 % občanů města PV využívá přistavených kontejnerů, které jsou umístěny na určených místech v ulicích města a o jejich přistavení se občané dozví z hlášení. Největším problémem je to, že se kontejnery někdy dostanou na daná místa dříve, než tam měly být a lidé, kteří přijdou vyhodit odpad na čas, tak už jej nemají kam dát. Potom se najdou právě takoví lidé, kteří odpad vyhazují do přírody (černé skládky) a ničí tím životní prostředí.

Další příčinou nespokojenosti je četnost a frekvence jejich přistavování. Kontejnery jsou přistavovány pouze jednou za půl roku a ještě k tomu jich bývá málo. Občanům města to vůbec nevyhovuje, což lze vidět v obrázek 5.7, kde je vyobrazena poziční mapa podle důležitosti a spokojenosti. Četnost a frekvence přistavování kontejnerů se nachází v kvadrantu A, z čehož plyne, že je tato služba pro občany důležitou složkou a nejsou s ní příliš spokojeni.

Navrhovala bych společnosti, aby se nad touto situací zamyslela a pokusila se o zlepšení dané služby. Společnost by tedy měla zvýšit počet kontejnerů a jejich frekvenci přistavování.

„Taxi“ služba

O nové „taxi“ službě má ponětí necelá polovina dotázaných občanů (45 %, viz obrázek 3.14, příloha 3). Při navrhovaných změnách (viz obrázek 3.13, příloha 3) by někteří občané navrhli zřízení dopravy na sběrný dvůr, z čehož vyplývá, že tito lidé nemají ponětí o „taxi“ službě, která tyto požadavky splňuje. Pokud by společnost chtěla, aby „taxi“ službu lidé využívali, musela by udělat nějakou propagaci, která by je upoutala a přesvědčila je k využívání nové služby.

Sběrný dvůr v Průmyslové ulici

Z grafu 3.5 (příloha 3) lze vidět, že o novém sběrném dvoru (Průmyslová ulice) ví polovina dotázaných občanů. Jeho služeb občané nevyužívají z různých důvodů (dostupnost, lokalita) a jedním z nich je i ten, že o něm vůbec nevědí.

Zde bych společnosti doporučila, aby ho dostali do povědomí občanů třeba také nějakou reklamou, např. článkem v novinách.

Poskytování služeb i podnikatelům a živnostníkům

Jak již bylo řečeno, sběrné dvory jsou určeny jen pro občany města Prostějov. Pro podnikatele je na sběrném dvoře pouze zpětný odběr elektrozařízení, jinak nemají vůbec žádnou možnost využívat služeb sběrného dvoru.

Myslím si, že toho by mohla společnost využít a poskytnout podnikatelům a živnostníkům možnost využívat služeb SD. **Proto bych společnosti navrhla**, aby poskytla podnikatelům za úplatu tyto služby alespoň na jednom ze sběrných dvorů. Jsem si jistá, že spousta podnikatelů by služeb sběrného dvoru využila a společnost by mohla získané peněžní prostředky využít na nové technologie.

7 Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo zjistit možnosti zvýšení spokojenosti občanů města Prostějov se službami sběrného dvoru. Dále bylo mým úkolem určit případnou nespokojenost, navrhnout nějaké řešení a opatření ke zlepšení situace, případně doporučit další změny.

Nejdříve jsem vypracovala teoretická východiska z oblasti služeb a marketingu. Poté jsem charakterizovala celou společnost .A.S.A. spol. s r.o., společnost .A.S.A. TS Prostějov a služby, které poskytuje.

Dále jsem provedla marketingový výzkum spokojenosti občanů města Prostějov se službami sběrného dvoru, jehož příprava, realizace a vyhodnocení tvoří největší část mé bakalářské práce. Poté jsem zanalyzovala současnou situaci a vyhodnotila hypotézy (všechny čtyři hypotézy se potvrdily). Z marketingového výzkumu vyplynulo, že občané jsou nespokojeni s otevírací dobou obou sběrných dvorů, s přistavovanými kontejnery (jejich četností a frekvencí přistavování) a s prostory pro auta čekající před sběrnými dvory na obsluhu.

Naopak jsou občané spokojeni s obsluhou (se zaměstnanci) na sběrném dvoře, s uspořádáním na sběrném dvoře, lokalitou a dosavadní nabídkou služeb (druhy odpadů, které lze na sběrný dvůr dovést). Při vyplňování dotazníků jsem se setkala s velkou neochotou odpovídat na otázky, avšak podařilo se mi získat potřebný počet vyplněných dotazníků.

Na základě výsledků marketingového výzkumu jsem formulovala určitá doporučení. Mezi mé nejvýznamnější návrhy pro zlepšení spokojenosti občanů města Prostějov patří zvýšení frekvence a četností přistavování kontejnerů, zvětšení prostor pro auta čekající před sběrnými dvory na obsluhu a lepší otevírací doba (delší odpolední hodiny u obou sběrných dvorů a na sběrném dvoře u Svaté Anny mít otevřeno i v neděli). I přes spokojenost občanů s určitými faktory by společnost .A.S.A. TS Prostějov měla neustále zlepšovat a zkvalitňovat své služby hlavně z důvodu možné konkurence.

Doufám, že mé návrhy a doporučení pomohou společnosti .A.S.A. TS Prostějov k prosazení a realizaci změn na sběrných dvorech a následně k lepší spokojenosti občanů

města Prostějov. A na závěr bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Janě Ostrožné, Ph.D. za odbornou pomoc při realizaci práce.

Seznam použité literatury

Knihy:

1. BOUČKOVÁ, Jana: *Marketing*, 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1
2. FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana: *Marketingový výzkum – Jak poznávat své zákazníky*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8
3. JANEČKOVÁ, Ludmila, VAŠTÍKOVÁ, Miroslava: *Marketing služeb*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0
4. KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary: *Moderní marketing*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2
5. KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane: *Marketing management*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5
6. KOZEL, Roman: *Moderní marketingový výzkum*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X
7. SPÁČIL, Vojtěch: *Business marketing. Sylaby a případové studie*, 1. vydání, Ostrava: Repronis, 2004. 104 s. ISBB 80-7329-058-8
8. SVĚTLÍK, Jaroslav: *Marketing – cesta k trhu*, Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2
9. VAŠTÍKOVÁ, Miroslava: *Marketing služeb – efektivně a moderně*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9
10. ZAPLETALOVÁ, Šárka: *Marketing a marketingové dovednosti I.*, 1. vydání, Ostrava: Vysoká škola podnikání a.s. v Ostravě, 2006. 73 s. ISBN 80-86764-46-X

Elektronická monografie:

11. www.asa-cz.cz

Materiály společnosti .A.S.A. TS Prostějov:

12. interní materiály společnosti .A.S.A. TS Prostějov

Seznam zkratek

a.s. – akciová společnost

aj. – a jiné

apod. – a podobně

atd. – a tak dále

cca – přibližně

ČR – Česká republika

EDF - electricité de France (francouzská společnost)

GPRS - General Packet Radio Service

ISO - mezinárodní organizace pro standardizaci

Kč – koruny

KOH – komplexní odpadové hospodářství

mil – milion

OHSAS - specifikace pro posuzování bezpečnosti práce a ochrany zdraví při práci (BOZP)
dle britské normy BS OHSAS 18001.

PV – Prostějov

SD – sběrný dvůr (sběrné dvory)

spol. s r.o.; s.r.o.– společnost s ručením omezeným

SŠ – střední škola

str. – strana

TS – technické služby

u Sv. Anny – u Svaté Anny

VŠ – vysoká škola

ZŠ – základní škola

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo,
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3),
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že údaje o bakalářské práci, obsažené v Záznamu o závěrečné práci, umístěném v příloze mé bakalářské práce, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO,
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,
- bylo sjednáno, že užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. 5. 2009

Kostlánová Monika

Adresa trvalého pobytu studenta:

Stichovická 462, 798 02 Mostkovice

Přílohy

Příloha č. 1 Dotazník

Příloha č. 2 Vyhodnocení jednotlivých otázek v absolutním a relativním vyjádření

Příloha č. 3 Přehled obrázků

Příloha č. 4 Certifikáty

Příloha č. 5 Fotografie sběrných dvorů

Příloha č. 1

Dotazník

Téma: Zvýšení spokojenosti občanů města PV se službami sběrného dvoru

Jsem studentkou VŠB TU Ostrava a tento výzkum bude sloužit pro potřeby mé bakalářské práce, jejíž tématem je zvýšení spokojenosti občanů se službami sběrného dvoru. Výzkum bude sloužit i pro potřeby společnosti .A.S.A. TS Prostějov. Dotazováním chci zjistit, jaká je spokojenost vás, občanů města Prostějova, se službami sběrného dvoru, případně jaké služby by se měly zlepšit nebo doplnit.

Otázky:

1. Kam vyvážíte odpad?

na sběrný dvůr
do přistavených kontejnerů
nikam
jinam.....

2. Využíváte přistavených kontejnerů?

Ano
Ne

3. Víte, kde se sběrný dvůr nachází?

u náměstí
u Sv. Anny
Plumlovská ulice
jiné.....

4. Víte o otevření druhého sběrného dvoru v Průmyslové ulici?

Ano
Ne

Pokud odpovíte ne, přejděte na otázku č. 6.

5. Odkud jste se o sběrném dvoru dozvěděli?

.....

6. Využíváte služeb sběrného dvoru?

Ano
Ne, protože nevyhovující provozní doba (přejít na ot. č. 10, 11 a potom až 13)
 nemám potřebu (přejít na ot. č. 11 a potom až 13)
 problém dovozu (přejít na ot. č. 11 a potom až 13)
 jiné..... (přejít na ot. č. 11 a potom až 13)

Pokud odpovíte ne, přejděte na jinou otázku (viz. závorky).

7. Využíváte služeb sběrného dvoru u Sv. Anny nebo v Průmyslové ulici (u nádraží)?

Pouze SD u Sv. Anny, protože.....
Pouze SD v Průmyslové ulici, protože.....
oba SD

8. Jak často navštěvujete sběrný dvůr?

Několikrát za rok
Jednou za rok
Méně než jednou za rok (zřídka)

9. Jaký odpad dáváte do sběrného dvoru?

Nebezpečný odpad (kovové obaly, baterie, zářivky, oleje,...)
Zpětný odběr elektrozařízení
Ostatní odpad (obaly, beton, papír, sklo, textil, kovy,...)

- 10. Vyhovuje Vám otevírací doba sběrného dvoru (sběrných dvorů)? Pokud ne, uveďte, jak byste ji změnil. (SD u Sv. Anny 9 – 17:00, Ne a Po zavřeno; SD v Průmyslové ulici 9 – 17:00, Út a St zavřeno)**

Ano

Ne změna u Sv. Anny
změna v Prům. ulici

ranní	odpolední	pondělí	neděle
ranní	odpolední	úterý	středa

- 11. Uveďte změny, které byste zavedli.**

Větší prostor

Lepší uspořádání na sběrném dvoře

Větší prostor pro auta čekající na obsluhu před sběrným dvorem
jinou provozní dobu (uveďte).....

Vyšší frekvenci přistavování kontejnerů (četnost, doba přistavení)
jiné.....

- 12. Jak jste spokojeni s jednotlivými faktory a jak jsou pro Vás důležité: (1 nejhorší, 5 nejlepší). Pokud nejste spokojeni, uveďte, jakou změnu byste uvítali.**

spokojenost

důležitost

Provozní dobou

Obsluhou na sběrném dvoře (zam-ci)

Uspořádání na sběrném dvoru

Dosavadní nabídkou služeb

Lokalitou sběrného dvoru

Četností a frekvencí přistavování kont.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

- 13. Slyšel jste o nové „taxi“ službě?**

Ano

Ne

Pokud odpovíte ne, přejděte na otázku č. 15.

- 14. Využíváte „taxi“ službu a proč?**

Ne, protože.....

Ano, protože.....

- 15. Jaké je Vaše pohlaví?**

Muž

Žena

- 16. Kolik Vám je let?**

15 – 25

26 – 45

46 – 65

66 a více

- 17. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

ZŠ

SŠ bez maturity, učiliště

SŠ ukončená maturitou

VŠ

- 18. Ve které lokalitě bydlíte?**

Krasice, Domamyslice, Čechovice, Čechovice – Záhoří

Vrahovice, Čechůvky

Prostějov, Žešov

Příloha č. 2: Vyhodnocení jednotlivých otázek v absolutním a relativním vyjádření

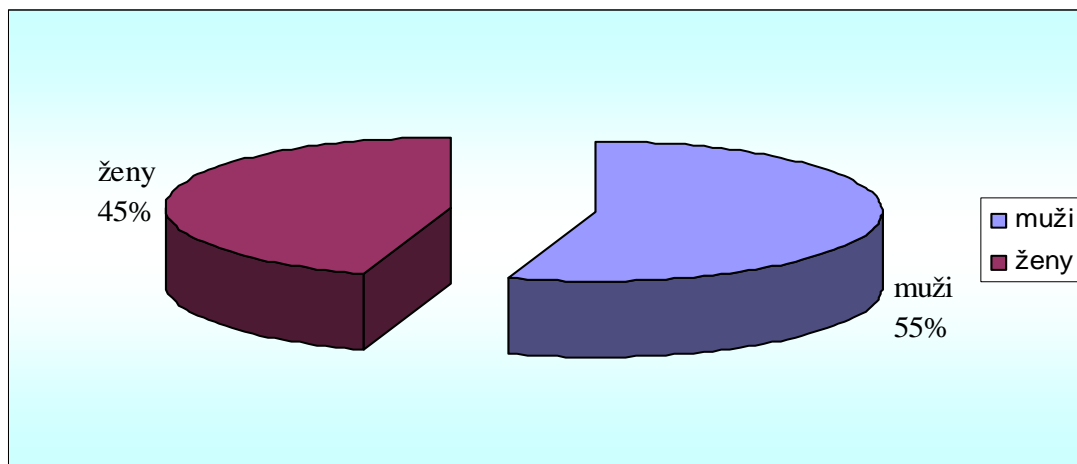
Otázky z dotazníku		Absolutní vyjádření	Relativní vyjádření (%)
1. Kam vyvážíte odpad?			
na sběrný dvůr		85	70,8
do přistavených kontejnerů		111	92,5
nikam		9	7,5
jinam....		0	0
2. Využíváte přistavených kontejnerů			
ano		111	92,5
ne		9	7,5
3. Víte, kde se sběrný dvůr nachází?			
u náměstí		0	0
u Sv. Anny		120	100
Plumlovský ulice		0	0
jiné...Průmyslová ulice		60	50
4. Víte o otevření druhého sběrného dvoru v Průmyslové ulici?			
ano		60	50
ne		60	50
5. Odkud jste se o sběrném dvoru dozvěděli?			
z novin		36	60
informace z radnice (radniční hlášení)		24	40
internet		0	0
6. Využíváte služeb sběrného dvoru?			
ano		85	70,8
ne	nevyhovující provozní doba	15	12,5
	nemám potřebu	9	7,5
	problém dovozu	11	9,2
	jiné...	0	0
7. Využíváte služeb SD u Sv. Anny nebo v Průmyslové ulici?			
pouze SD u Sv. Anny, protože je blíže		17	20
pouze SD u Sv. Anny, protože o druhém SD neví		29	34,1
pouze SD v Průmyslové ulici		0	0
oba SD		39	46
8. Jak často navštěvujete sběrný dvůr?			
několikrát za rok		79	92,9
jednou za rok		4	4,7
méně než jednou za rok (zřídka)		2	2,4
9. Jaký odpad dáváte do sběrného dvoru?			
nebezpečný odpad (kovové obaly, baterie,...)		61	71,8
zpětný odběr elektrozařízení		55	64,7

ostatní odpad (obaly, beton, papír, sklo,...)			82	96,5
10. Vyhovuje Vám otevírací doba sběrného dvoru?				
ano			36	36
ne	změna u Sv. Anny	ranní	0	0
		odpolední	59	59
		pondělí	6	6
		neděle	22	22
	změna v Prům. ulici	ranní	0	0
		odpolední	21	21
		úterý	1	1
		středa	1	1
11. Uveďte změny, které byste zavedli.				
větší prostor			41	34,2
lepší uspořádání na sběrném dvoře			16	13,3
větší prostor pro auta čekající na obsluhu před SD			78	65
jinou provozní dobu	pondělí a neděle		3	2,5
	odpolední		21	17,5
	odpolední, neděle		18	15
	odpolední u obou SD		19	15,8
vyšší frekvenci přistavování kontejnerů			68	56,7
jiné...zřídit dopravu na SD			9	7,5
12. Jak jste spokojeni s jednotlivými faktory a jak jsou pro Vás důležité (1 nejhorší, 5 nejlepší). Samotné tabulky 6.17 a 6.18 - příloha č. 3.				
13. Slyšel jste o nové "taxi" službě?				
ano			54	45
ne			66	55
14. Využíváte "taxi" službu a proč?				
ano			0	0
ne, protože...	nepotřebuje		32	59,3
	zatím nebyla potřeba		18	33,3
	nemá o službě moc informací		4	7,4
15. Jaké je Vaše pohlaví?				
muž			66	55
žena			54	45
16. Kolik Vám je let?				
15 - 25			27	22,5
26 - 45			50	41,7
46 - 65			34	28,3
66 a více			9	7,5
17. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?				
ZŠ			1	0,8
SŠ bez maturity, učiliště			46	38,3
SŠ ukončená maturitou			46	38,3

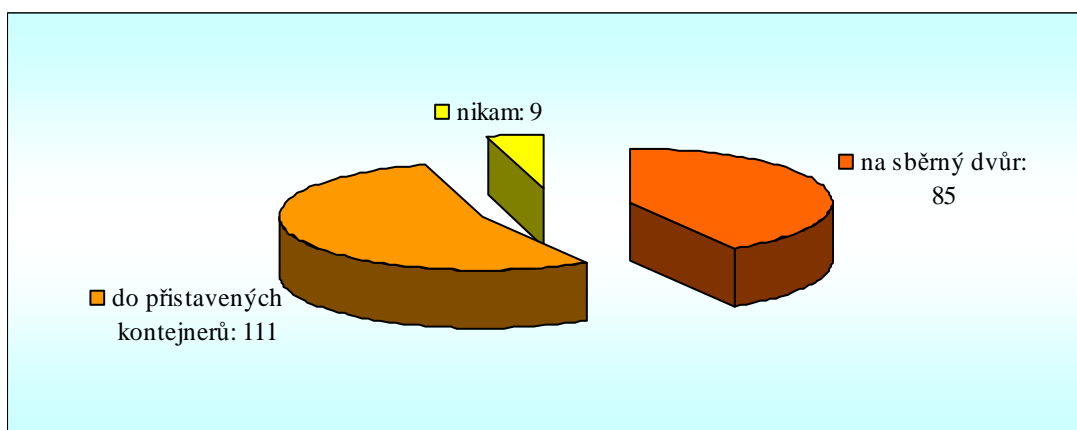
VŠ	27	22,5
18. Ve které lokalitě bydlíte?		
Krasice, Domamyslice, Čechovice, Čechovice - Záhoří	43	35,8
Vrahovice, Čechůvky	53	44,2
Prostějov, Žešov	24	20

Příloha č. 3: Přehled obrázků

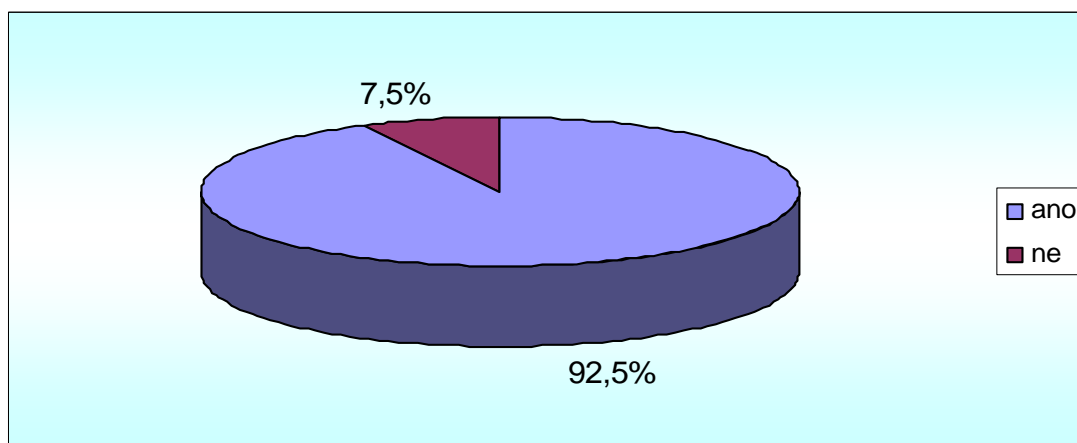
Obrázek 3. 1: Rozdělení dotazovaných občanů města PV podle pohlaví



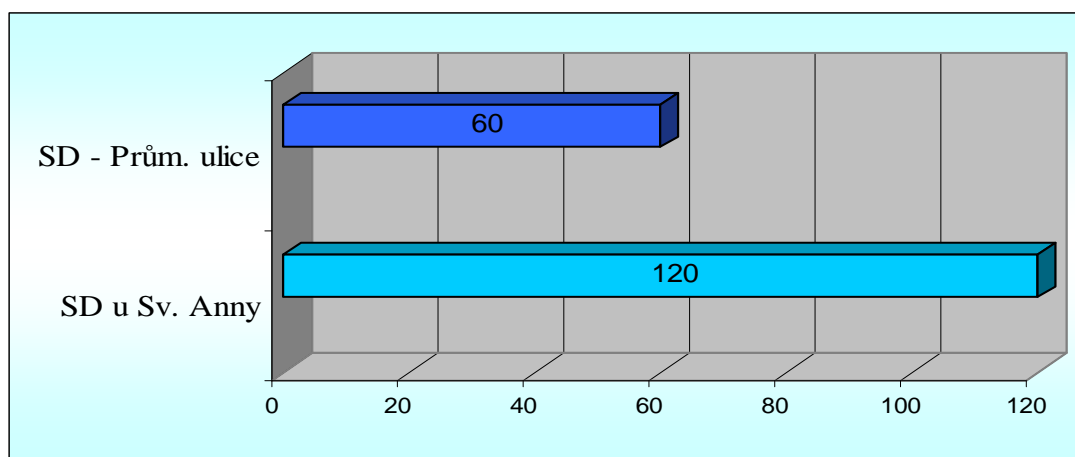
Obrázek 3.2: Místa, kam občané města PV vyváží odpad



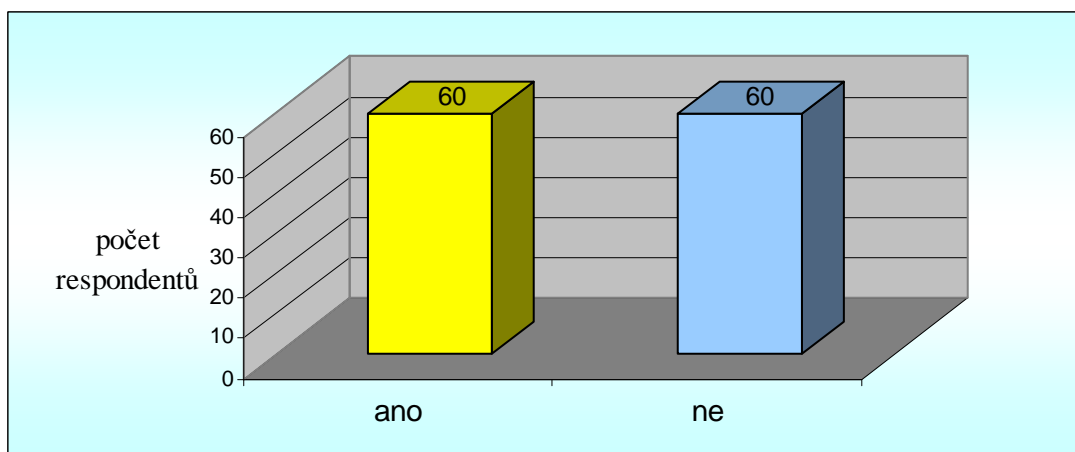
Obrázek 3.3: Využití přistavených kontejnerů občany



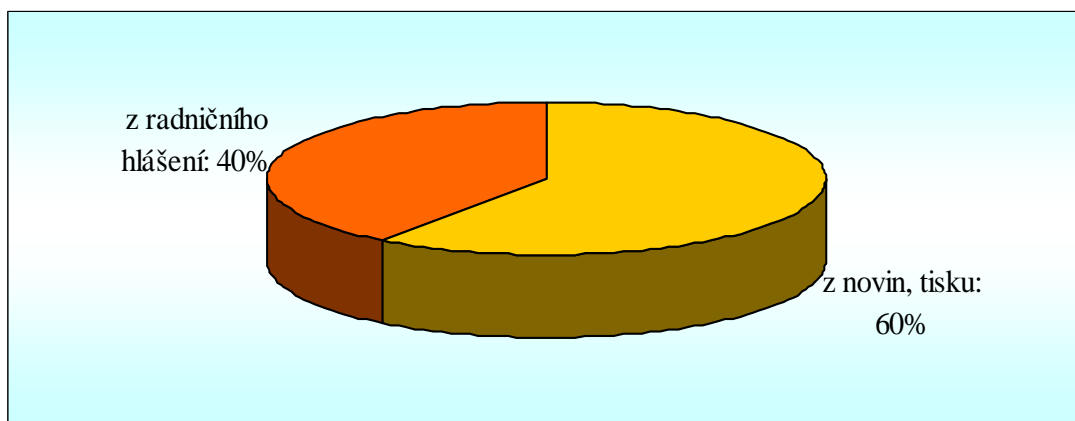
Obrázek 3.4: Povědomí občanů o umístění sběrného dvoru



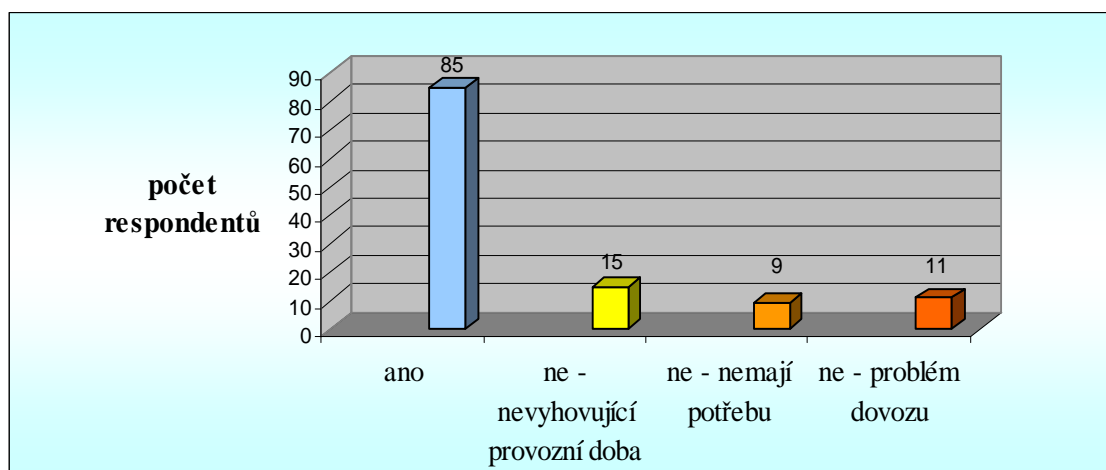
Obrázek 3.5: Povědomí občanů o otevření nového sběrného dvoru v Průmyslové ulici



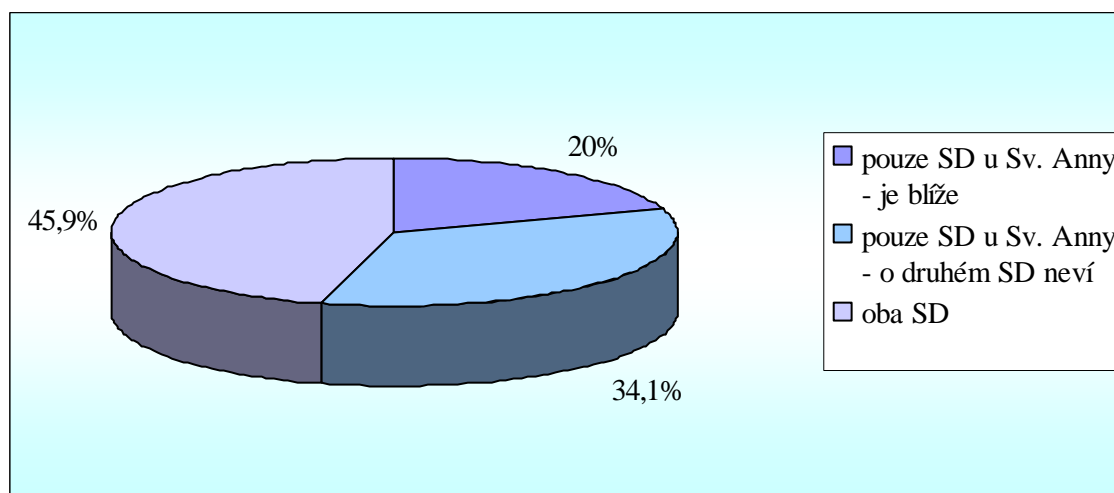
Obrázek 3.6: Odkud se občané o otevření nového sběrného dvoru dozvěděli



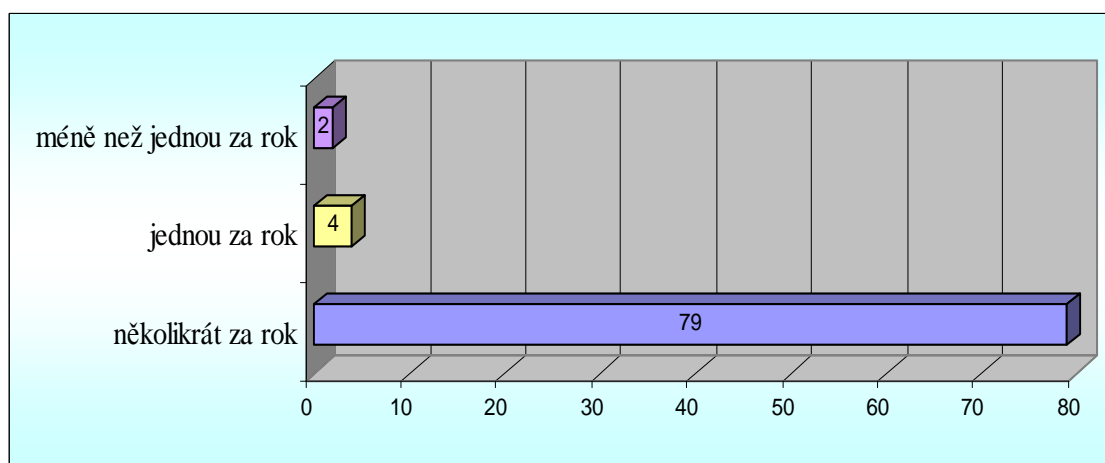
Obrázek 3.7: Využití služeb sběrného dvoru



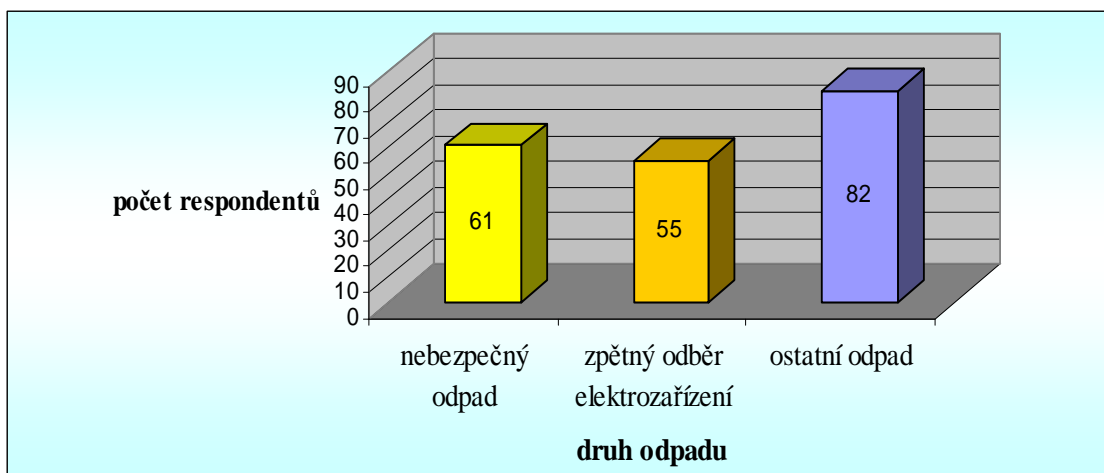
Obrázek 3.8: Využívání služeb sběrného dvoru u Sv. Anny nebo v Průmyslové ulici



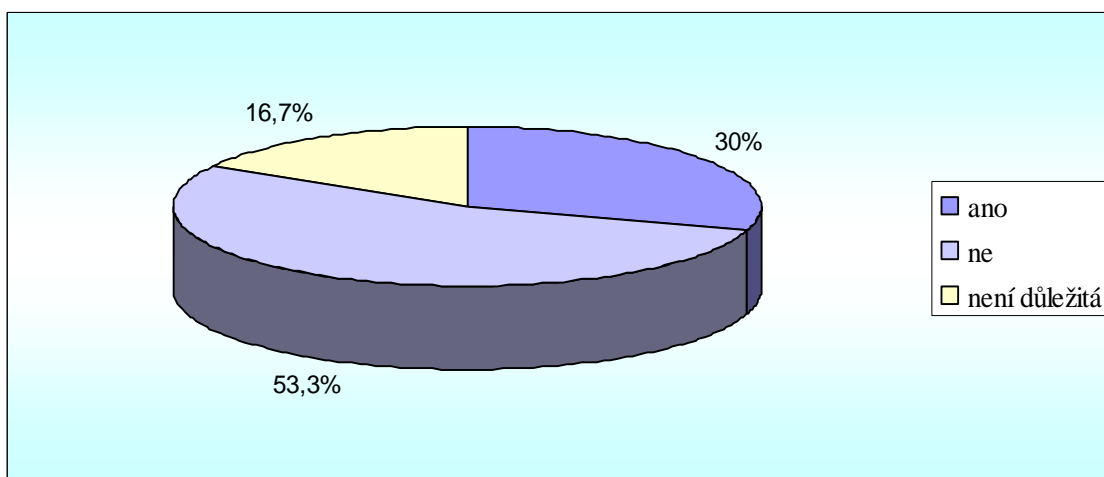
Obrázek 3.9: Návštěvnost sběrného dvora



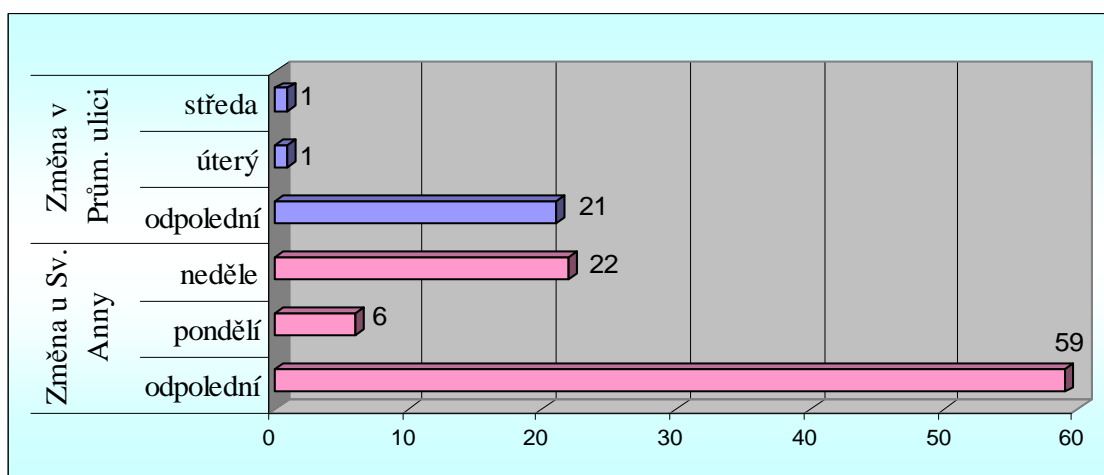
Obrázek 3.10: Druhy odpadů vyvážené na sběrný dvůr



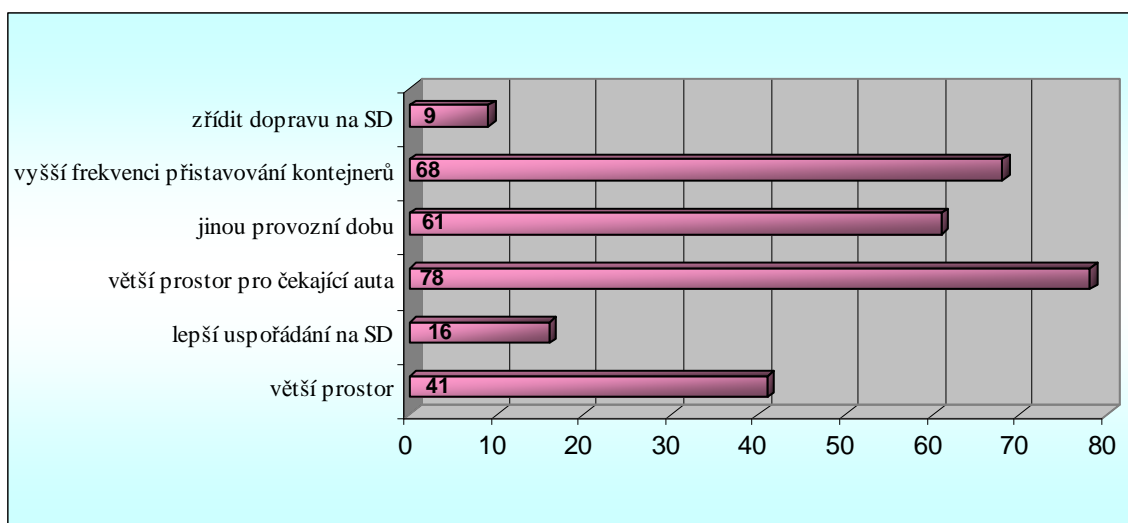
Obrázek 3.11: Spokojenost s otevírací dobou sběrného dvoru



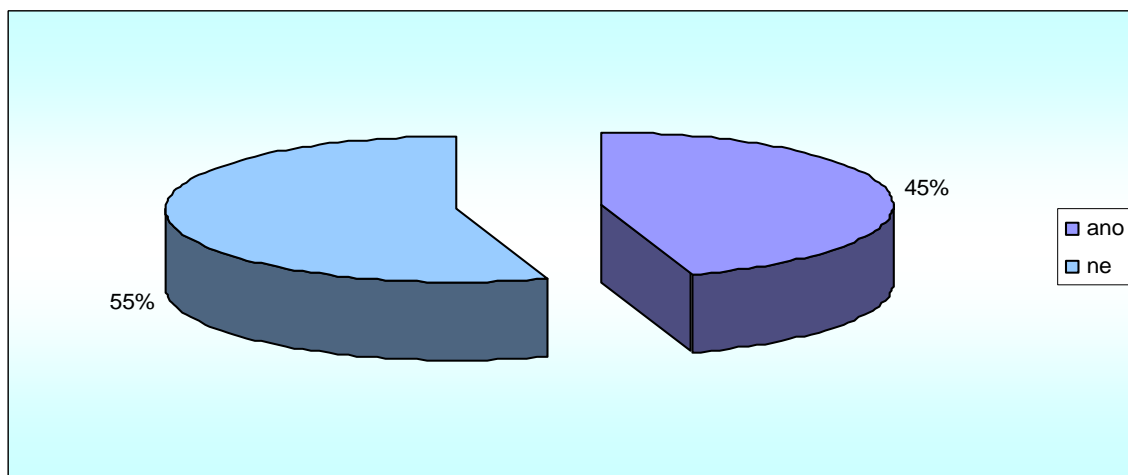
Obrázek 3.12: Změny otevírací doby navrhované občany města PV



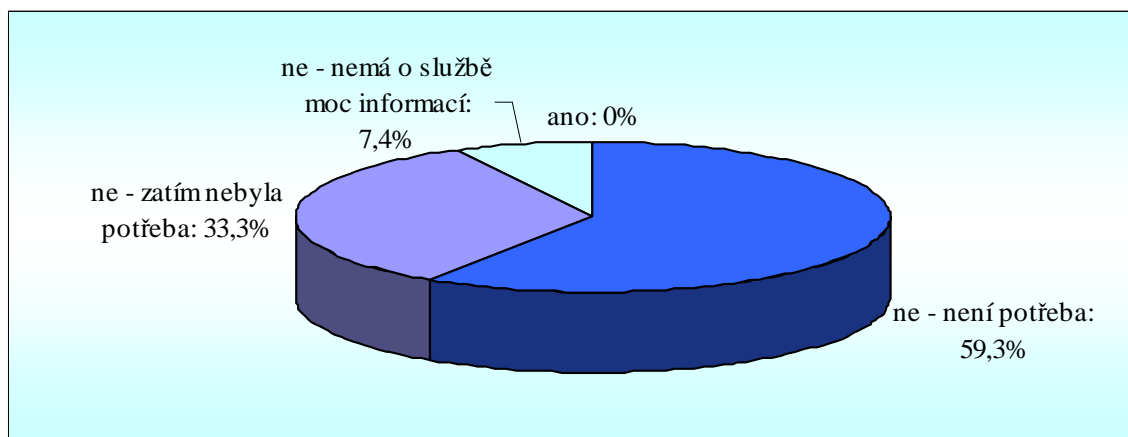
Obrázek 3.13: Změny na sběrném dvoře, které by občané města zavedli



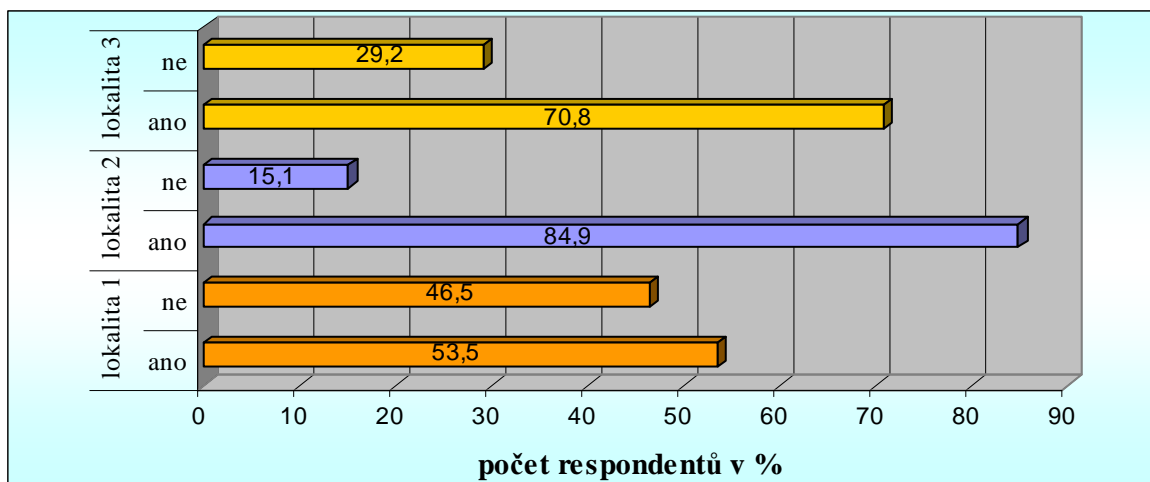
Obrázek 3.14: Povědomí o nové „taxi“ službě



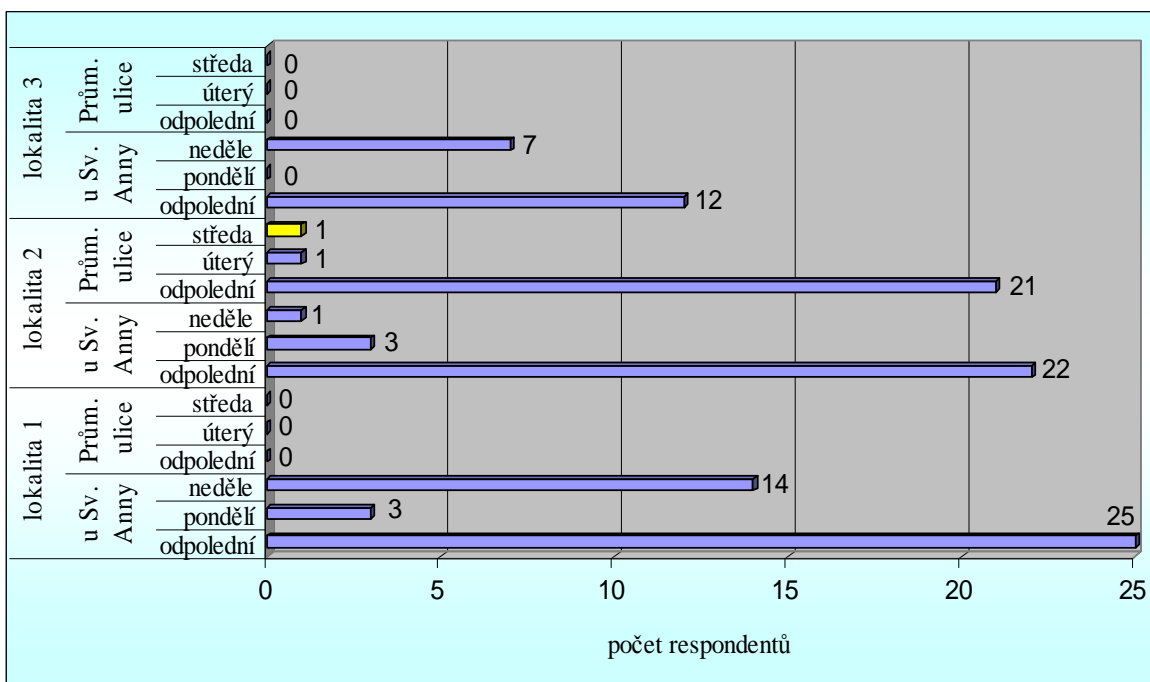
Obrázek 3.15: Využívání „taxi“ služby občany města PV



Obrázek 3.16: Využití služeb SD podle místa bydliště



Obrázek 3.17: Změny otevírací doby navrhované občany města PV z hlediska místa bydliště



Tabulka 3.18: Spokojenost s jednotlivými faktory

	1	2	3	4	5
Provozní doba	0	31	33	19	2
Obsluha na SD	0	12	28	44	1
Uspořádání na SD	0	4	1	59	21
Dosavadní nabídka služeb	0	3	22	53	7
Lokalita sběrného dvoru	0	25	20	33	7
Četnost a frekvence přistavování kont.	0	22	32	25	6

Tabulka 3.19: Důležitost jednotlivých faktorů

	1	2	3	4	5
Provozní doba	0	0	19	50	16
Obsluha na SD	1	21	40	21	2
Uspořádání na SD	1	2	8	53	21
Dosavadní nabídka služeb	1	6	43	35	0
Lokalita sběrného dvoru	0	0	5	46	34
Četnost a frekvence přistavování kont.	0	1	32	48	4

Příloha č. 4: Certifikáty

Obrázek 4.1: Certifikát pro nakládání s odpady



ODBORNÝ
PODNIK PRO
NAKLÁDÁNÍ
S ODPADY

CERTIFIKÁT

Sdružení pro udělování certifikátů
Odborný podnik pro nakládání s odpady
dle norem Entsorgungsfachbetrieb
na základě odborného auditu
Sdružením akceptované auditorské společnosti
propůjčuje společnosti:

.A.S.A. TS Prostějov s.r.o.

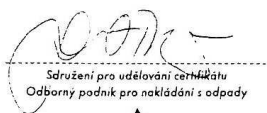
IČ: 26224178

pro v dodatku vyznačené provozovny, druhy odpadů a činnosti
certifikát

ODBORNÝ PODNIK PRO NAKLÁDÁNÍ S ODPADY

s právem užívání této značky kvality.

Praha 22.6.2005


Sdružení pro udělování certifikátů
Odborný podnik pro nakládání s odpady




auditorská organizace

Obrázek 4.2: Certifikát pro sběr a svoz komunálního odpadu



EKO-KOM
AUTORIZOVANÁ OBALOVÁ SPOLEČNOST

Společnost EKO-KOM, a.s., IČO: 25134701, se sídlem Na Pankráci 1685/17, Praha 4, 140 21, zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl B, vložka 4763, která je autorizovanou obalovou společností podle zákona č. 477/2001 Sb., o obalech a o změně některých zákonů (zákon o obalech), na základě rozhodnutí Ministerstva životního prostředí ČR čj. OODP/9246/1440/3/02 ze dne 28 .3. 2003 uděluje

CERTIFIKÁT

společnosti:

A.S.A. TS Prostějov, s.r.o.

IČO. 26224178

se sídlem
Průmyslová 1b
796 01 Prostějov

která splnila podmínky pro udělení akreditace v souladu s požadavky společnosti EKO-KOM, a.s., pro:

sběr a svoz komunálního odpadu

číslo certifikátu/identifikační číslo: AS13009642009


platnost do: 31.12. 2009

V Praze, dne 12. 12. 2008

RNDr. Martina Vrbová, Ph.D.

za společnost EKO-KOM, a.s.

Obrázek 4.3: Certifikát integrovaného systému managementu


DET NORSKE VERITAS

CERTIFIKÁT INTEGROVANÉHO SYSTÉMU MANAGEMENTU

Integrovaný certifikát č. 53-2006-INT-PRG/N

*Tímto se potvrzuje,
že integrovaný systém managementu
společnosti*

.A.S.A. TS Prostějov s.r.o.

Prostějov, ČESKÁ REPUBLIKA

byl shledán shodným s požadavky norem pro integrovaný systém managementu:

ISO 9001:2000 v souladu s certifikátem č. 00881-2006-AQ-PRG-RvA vydaným pod akreditací RvA
ISO 14001:2004 v souladu s certifikátem č. 00363-2006-AE-PRG-RvA vydaným pod akreditací RvA
OHSAS 18001:1999 v souladu s neakreditovaným certifikátem č. 52-2006-OHSAS-PRG

Certifikát je platný pro následující rozsah činností a služeb:

**Svoz, transport a třídění průmyslových, živnostenských a komunálních odpadů.
Čištění a zimní údržba komunikací a údržba zeleně.
Provozování sběrných dvorů.**

Datum původní certifikace:
20. června 2003

Platnost certifikátu do:
20. června 2009


*Shoda s normou vzhledem k vyznačenému rozsahu
certifikace je ověřena vedoucím týmu, který je u DNV
registrován a schválen.*

Zuzana Andrtová
Vedoucí Auditor



Místo a datum vystavení:
Praha, 18. července 2006

za vydávající organizaci:
DNV CZECH REPUBLIC S.R.O.


Viktor Šaroch
Business Unit Manager

Nesplnění certifikačních podmínek uvedených v příloze může vést k odebrání certifikátu.

CERT Q 2000-07-01

DNV CZECH REPUBLIC S.R.O., Thákurova 4, 160 00 Praha 6-Dejvice, Česká republika, TEL.: +420 233 321 231, FAX: +420 233 321 233

Příloha č. 5: Fotografie sběrných dvorů

Obrázek 5.1: Sběrný dvůr v Průmyslové ulici



Obrázek 5.2: Sběrný dvůr u Sv. Anny



Obrázek 5.3: Obsluha na sběrném dvoře u Sv. Anny



Obrázek 5.4: Uspořádání na sběrném dvoře v Průmyslové ulici

